



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

David Bailey. Ein Fotograf in den 1960er Jahren

Verfasser

Walther Victor Merk

Angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im Februar 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 9701561
Studienrichtung lt. Studienblatt: Geschichte
Betreuer: Doz. Dr. Siegfried Mattl

Für meine Eltern und Tina

Inhalt

Einleitung 7

1. „Art in a changed Context“: Die Transformation der Künste in der Warenökonomie 15

1.1 1946: High modernism und Massenmedien in Großbritannien nach dem Zweiten Weltkrieg 15

1.2 „Art in a Changed Context“: Die Untersuchungen der Independent Group 21

1.3 The Parallel of Life and Art: Frühe Untersuchungen der massenmedialen Bilderflut 27

1.4 1956: This is tomorrow - Die Erschließung der Stadt und die Geburt der Pop Art 40

1.5 Eine „Pop-Fine Art“: Der Künstler zwischen high modernism und Massenmedien 47

1.6. Das „Fine Art-Popular Art Continuum“ 58

1.7 Die Reflexion der Phänomene der Massenmedien in den Künsten 62

1.8 Fotografie und Film 68

2. David Bailey: Ein Fotograf in den 1960er Jahren 74

2.1 Kindheit im East End: Kino, Malerei und Fotografie 74

2.2 Bilder für die Warenökonomie: Die Erschließung der Youth culture 77

2.3 „A sharp glance at the mood of Britain“: die Britische Pop Art 82

2.4 Nouvelle Vague 86

2.5 Die Offene Stadt 90

2.6	<i>“Young Idea Goes West”: Straßenfotografie in Manhattan</i>	92
2.7	<i>Das Verwischen der Grenze zwischen den Medien Fotografie und Film</i>	94
2.8	<i>“The girl you wished lived next door”: Imagination und Rollenbilder</i>	98
2.9	<i>Picasso: Kunst in einem veränderten Kontext</i>	101
2.10	<i>„STOP! The English have arrived!“: Bailey und Warhol</i>	106
2.11	<i>Im Kontinuum: Bailey und die Stones</i>	108
2.12	<i>David Bailey’s box of pin-ups</i>	113
2.13	<i>Kanonrevision und die Kreation von neuen „Icons“</i>	115
2.14	<i>Bailey als Ikone</i>	118
2.15	<i>Film Stills: Bailey und Godard</i>	119
2.16	<i>Verdoppelungen/ Simulakren: ein Phänomen der Warenökonomie</i>	123
2.17	<i>1966: Blowup</i>	128
2.17.1	<i>Antonioni und Bailey</i>	128
2.17.2	<i>Farben: Die Phänomene der Warenkultur im Werk Antonionis</i>	130
2.17.3	<i>Das Individuum der Warenökonomie</i>	131
2.17.4	<i>Die Bildermacher des Koninuums: Inspirationen für die Figur des Fotografen</i>	133
2.17.5	<i>„A messy configuration“: Die Stadt in Blow-Up</i>	135
2.17.6	<i>Masken</i>	136
2.17.7	<i>Isolierte Momente</i>	139
2.17.8	<i>Filmische Sequenzen: Schnittstellen zwischen den Medien Film und Fotografie</i>	143
2.17.9	<i>„Antiques“: Kulturelle Produktion im Zeitalter der postmodernen Bilderflut</i>	147
2.18	<i>Schluß: Bailey als ein Künstler in der image production industry</i>	150

3. Anhang

3.1 Abbildungen 164

3.2 Literatur 168

3.3 Abstract 177

3.4 Lebenslauf des Verfassers 180

Einleitung

Der britische Fotograf David Bailey (geb. 1938) hat mit seiner - im Kontext der Massenmedien entstandenen - Arbeit maßgeblich die um 1960 einsetzende kulturelle Revolution mitgestaltet. Er lieferte nicht alleine einen entscheidenden Beitrag zur Bilderkultur dieser Revolution, sondern kreierte nicht zuletzt Schnittstellen innerhalb des massenmedialen Kontinuums, zwischen *high modernism* und *popular culture* und den verschiedensten kreativen Diskursen und Medien wie Film, Mode und Musik. Bailey gelang es zu Beginn der 60er Jahre noch die kommerzielle und idealistische Seite, die sich an der künstlerischen Arbeit des *high modernism* orientierte, zu verbinden und mit dieser Wechselwirkung eine sprühende Kreativität zu entwickeln. Dass er trotz aller Widrigkeiten nicht von dieser Linie abgekommen ist, zeigt die Diversität seiner Arbeiten, die sich bis heute fortsetzt. So produzierte er in den 1980er Jahren neben glatten und anonym wirkenden Fotos für Hochglanzmagazine wie *Vogue* mit *If we shadows...* (dt. Und geschaut in Nachtgesichten, München/Paris/London 1992) eine äußerst persönlich gehaltene Publikation mit Fotoarbeiten, die sich dem fotografischen Surrealismus nähern und die Phänomene der Fotografie ins Bild setzen. In jüngerer Zeit wandte er sich nach einer Serie gescheiterter Projekte, die nie über das Planungsstadium hinausgelangt waren, mit *The Intruder* (GB, 1999) endlich dem Medium Film zu (wenn auch ohne kritischem oder kommerziellem Erfolg). Seine neuesten Arbeiten stellen eine Kontinuität zu den frühen Projekten der 1960er Jahre im Sinne einer der Gestaltung von Schnittstellen zwischen Kunst und Populärkultur dar. So erarbeitete er beispielsweise mit dem *enfant terrible* der britischen Kunstszene, Damien Hirst, eine „blasphemische“ Fotoserie mit dem Titel „Stations of the Cross“ (2004).¹ Mit einem Bildband mit dem Titel *Havana* (2007), kehrt er schließlich wieder zu seinen Wurzeln zurück; die Fotos dieses Bandes sind das Ergebnis einer Entdeckungsreise die er alleine mit seiner Kamera in der kubanischen Hauptstadt - bezeichnenderweise einem Kontext abseits der Massen- und Konsumkultur - gemacht hat.

Baileys nach modernistischen Methoden produzierten Fotoarbeiten, sollten auf die visuelle Sprache dieser Massenkultur eine befreiende Wirkung haben. Sein Einfluss machte sich

¹ Es mutet schon wie eine Ironie an, dass gerade ein mit popkulturellen Elementen gesättigtes Oeuvre eines Produzenten von Kunst für Museen und Galerien gerade von Bailey, dem *picture maker* aus dem Kontext der Massenmedien, mit Evokationen aus der Malerei durchsetzt wird, dafür allerdings von der Kunstkritik als „flashy, trashy, swinging London survivor“ der „kaum in der Liga“ eines Damien Hirst sei, abqualifiziert wird. Vgl. Jonathan Jones, Damien Hirst/ David Bailey, in *The Guardian*, 10. Mai 2004, <http://www.guardian.co.uk/arts/critic/review/0,1169,1213080,00.html>

allerdings nicht alleine auf diese Weise bemerkbar: Auch sein eigenes *media image* nahm schnell ein Eigenleben an. Nicht zuletzt ist es das Medienbild eines obsessiven Porträt- und Modefotografen im permanenten Schaffensrausch, das bis heute immer wieder von Neuem von der Bilderproduktion der Massenmedien neu belebt wird (wie beispielsweise in Sofia Coppolas Film *Lost in Translation* [USA, 2003], eine Arbeit, die mit mehrere Variationen des Baileyschen Themas aufwartet). So ist es auch nicht überraschend, dass meine erste Begegnung mit Bailey nicht direkt über seine Arbeit, sondern über sein idealisierte Medienbild, das ein maßgeblicher Filmemacher aufgriff. Ohne es zu wissen, war ich mit Michelangelo Antonionis Film *Blow-Up* (GB/I, 1966) auch das erste Mal mit David Baileys Arbeit in Berührung gekommen.

An Antonionis in London gedrehter Film faszinierte mich die atmosphärischen, stillen und geheimnisvollen Szenen in einem vom Rauschen der Blätter erfüllten Park, dessen Ruhe einzig durch das ominösen Klicken des Auslösers der Kamera des Protagonisten gestört wird. Es war aber auch die sich hinter der fiktiven Figur Thomas verborgene Künstlerpersönlichkeit David Bailey und dessen Arbeit, die mich nicht los ließ. Schließlich repräsentierte der von David Hemmings verkörperte Fotograf einen Künstlertypus, dessen Vorbild äußerst attraktiv scheint; ein Künstler der von seiner Arbeit leben kann, aber gleichzeitig genug Zeit findet, sich einsam durch die Strassen der Stadt zu bewegen, die urbane Umgebung durch das Kameraobjektiv zu erkunden und abzulichten. Er verkörpert das Ideal eines schöpferischen Menschen, dem es offenbar möglich ist, in zwei Welten zu leben: Am Vormittag arbeitet er in der farb- und reizüberfluteten kommerziellen Bilderindustrie, nur um sich am Nachmittag einer mehr auf sich selbst bezogenen und puristischen Welt zu widmen, wie sie den Idealvorstellungen der Moderne entsprochen hatte; ein Ideal, das allerdings mit der zweiten Welle des Konsumkapitalismus nach 1945 mehr und mehr in Bedrängnis geraten und unterhöhlt worden war.² Schließlich kann man dieses romantische, existenzielle Ideal eines isolierten, nach der Wahrheit trachtenden und alleine für seine Arbeit lebenden Künstlers bis Goya oder auch Delacroix zurückverfolgen, dem „(...) vor allem seine Bilder (...) zum Nachweis seiner Existenz“ werden und er so „alle Intensität auf sie [legt]; er ist davon überzeugt, dass nur die künstlerische Arbeit zählt“.³

Antonionis Protagonist muss allerdings erkennen, dass dieses Ideal mit der Fotografie, den neuen Massenmedien und der Kunst in einem veränderten Kontext der Warenökonomie

² Was eine ideologisierte Version der Moderne nicht davon abhielt den Versuch zu unternehmen, den Raum der Kunst hermetisch zu verschließen und auf die Autonomie und Isolation des einzelnen Künstlers zu verweisen, vgl. Hal Foster, Rosalind Krauss, Yve-Alain Bois und Benjamin H. Buchloh, *Art since 1900. Modernism, Antimodernism, Postmodernism*, London 2004, 322

³ Peter Rautmann, Eugène Delacroix, München 1997, 14

zunehmend fragwürdig und unrealisierbar wird. Nachdem er versucht hat, aus einer Serie seiner Fotos Wahrheit zu extrahieren, löst sich der letzte Abzug, nach dem er es in der Dunkelkammer vergrößert hat, im groben Korn auf. Das Bild, das in der Obsession des Fotografen eigentlich den Beweis erbringen soll, dass ein zufälliger Schatten der Körper eines geheimnisumwitterten Toten sei (und dieser mit diesem Foto materielle Form angenommen hat), wird schließlich zum Nachweis seiner künstlerischen Arbeit und damit seiner eigenen Existenz: Mit der Auflösung seiner Arbeit bleibt ihm letztlich nichts anderes übrig, als selbst spurlos zu verschwinden. Antonionis Film verweist nicht zuletzt auch auf die Erosion, Widersprüchlichkeit und Zerrissenheit dieses in Bedrängnis geratenen Künstlerideals eines alleine für seine Kunst lebenden und alleine für einen kleinen Kreis Eingeweihter arbeitenden Bohemiens angesichts der zunehmend virulenter werdenden Mediatisierung. An Stelle einer isolierten Künstlerentität des high modernism, die sich durch nahezu visionären Fähigkeiten auszeichnet, formieren sich in der Bilderindustrie Kollektive, die in Arbeitsteilung für das breite Publikum zu produzieren und in rasender Folge Bilder produzieren. Ironischerweise transportieren sie parallel dazu allerdings noch immer dieses überkommene Künstlerbild, das sich der Welt der Warenökonomie versperrt: „Modernist refusal (...) begins to be circulated on a mass level as a bohemian pose“, wie Hal Foster bemerkt.⁴

Auf David Bailey und seiner Arbeit, die schließlich das Vorbild für diese zerrissene und ambivalente Künstlerexistenz in Antonionis Film liefern sollte, stieß ich in einer Buchhandlung mit der Publikation *Birth of the Cool*. Dieses Buch, das von dem Fotohistoriker Martin Harrison in Zusammenarbeit mit dem Künstler erarbeitet wurde, widmet sich eingehend mit dessen Arbeit der späten 1950er bis späten 1960er Jahre. Die darin enthaltenen Fotografien erinnerten mich sofort in ihrer Komposition und Thematik an Antonionis Film; in Folge geht der Text auch darauf ein, dass der Fotograf in *Blow-Up* tatsächlich nach Bailey modelliert worden war.

Baileys Arbeit war nicht zuletzt die Realisation einer Neupositionierung des Künstlers - ein Konzept, das einem britischen Künstlerkollektiv, der Independent Group, schon um 1950 vorgeschwebt war. In den grauen, vom Bombenhagel zerstörten Nachkriegsstädten war für junge Künstler und Kreative wie Eduardo Paolozzi und Richard Hamilton die bunte, paradiesische Bilderflut, welche schon den visuellen Überfluss des Fernsehens und des Internets antizipierte, aber noch weitgehend von den Medien Film und Farbmagazinen getragen wurde, oft um einiges sehnswerter als die puristische Dogmatik einer ideologisierten Version der Moderne, die von älteren Theoretikern und Kunstkritikern wie

⁴ Foster, *Art since 1900*, ebda.

Clement Greenberg propagiert wurde. Mit ihrer Ablehnung jeglicher Medientransgression (wie sie zuvor im Surrealismus erprobt wurde) unternahmen diese Ideologen des high modernism den Versuch, auch die Verknüpfungen über das verbindende Element Kultur zwischen populärer bzw. Massen-„Kultur“ und „hohen“ Künsten zu bannen, welche die Autonomie der Kunst zu untergraben drohten. Für die Independent Group war es allerdings exakt dieser Raum der (Alltags- bzw. Massen-) Kultur, den sie für Künstler, künstlerische Konzepte und Methoden öffnen wollten.

Anders als in den von zentralen Modernisten wie dem Schriftsteller André Malraux oder dem Fotografen Edward Steichen konzipierten Projekten zum Reproduktionsmedium Fotografie, die sich für den Moment der Egalisierung des Quellmaterials interessierten, faszinierte sich die Independent Group für Phänomene der Bilderflut, die sich aus ihrem immanenten, den Blick verwirrenden Pluralismus ergeben. Was das Interesse der jungen Künstler der IG weckte, war nicht zuletzt die Zufälligkeit der Bildkonfigurationen und -abfolgen in den glossy magazines aus den USA, die sie in Projekten zu evozieren und zu deuten versuchten. Zentral war hier die Arbeit mit „Pin-Ups“ im Sinne eines Bildmaterials (im besonderen Massenreproduktionen, die aus den Magazinen geschnitten wurden) das mit Reißnägeln auf Wänden befestigt, also „aufgepinnt“ wurde; eine antihierarchische Methode die in meiner Arbeit als „idée fixe“ immer wiederkehrt. Schließlich sind „Pin-Ups“ auch ein integraler Bestandteil in den Filmen eines Jean-Luc Godard, in David Baileys Arbeit und Antonionis „Blow-Up“ und somit ein wesentliches visuelles Signum der kulturellen Revolution in den 1950er und 1960er Jahren. Ein folgerichtiger Schritt war es für die jungen britischen Künstler die Frage zu stellen, was diese visuelle Revolution für die Kunst und den Künstler bedeutete, welche Funktion und welchen Standpunkt er einnehmen sollte. Der Schluss den die Ausstellungsmacher der Independent Group aus den Erfahrungen und Projekten zogen, war es, dass der Künstler sich nicht mehr dieser Bilderflut verschließen sollte. Stattdessen war es die Devise dass er einen Beitrag zu ihr leisten und sie auf diese Weise direkt beeinflussen sollte. Schließlich galt es für die IG (und ihren Generationsgenossen am Kontinent wie den etwas jüngeren Kritikern der Cahiers du Cinéma), dass sich das Massenpublikum (und mit diesem der Kunstschaffende) nicht vor der neuen massenmedialen Bilderflut in passive Starre verfallen, sondern sie aktiv mitgestalten sollte. Der Künstler sollte mit seiner Beteiligung an den verschiedensten Diskursen ihre Kunst demokratisieren und gleichzeitig unzählige Schnittstellen zwischen den verschiedensten Medien kreieren.

Das Jahr 1956 ist nach 1946 ein weiterer Kulminations- und Übergangspunkt (der gleichzeitig einen Neubeginn markiert) in dem ihre letzte kollektive Präsentation der (damals allerdings

schon in einigen Kleingruppen zerfallenen) Independent Group stattfand, die später als ein Beginn der Pop Art bezeichnet wurde. Nicht zuletzt verweist der Titel dieser Präsentation - This is Tomorrow - auf das Prophetische der Konzepte der Künstler dieser Gruppe. Eine Schlüsselstellung nahm die Splittergruppe um Richard Hamilton ein, welche die radikale wie revolutionäre Assimilation hochmodernistischer Arbeiten in den Kontext der Massenmedien evozierte und ihre Verknüpfungen und Wechselwirkungen vorführte. Unter dem Eindruck dieses und weiterer Projekte und Vorgehensweisen der IG entwarf der Kunsthistoriker und Theoretiker Lawrence Alloway in seinen Texten das Konzept eines Fine Art-Popular Art Continuum, eines Netzwerk kreativer Diskurse, in dem unzählige Schnittstellen zwischen verschiedensten Medien einen neuen und verführerischen gestalterischen Raum eröffnen – ein Konzept, das nun um 1960 explosionsartig Wirklichkeit werden sollte.

Die Projekte, die retrospektiv als Geburtsmomente der Pop Art interpretiert wurden und diesen zukünftigen voll erschlossenen Raum der Kultur prophetisch imaginierten, kann man als Vorentwurf zu Unternehmungen verstehen, die sich auf andere Orte wie dem Royal College of Arts und den mit dieser Kunsthochschule vernetzten Massenmedien konzentrieren sollten. Die Künstler die aus diesen kreativen Brutstätten hervorgingen (und der Bildende Künstler wie David Hockney, Ron Kitaj, Peter Blake und der Filmemacher Ridley Scott angehören), gestaltete die popular culture mit und leiteten auf diese Weise eine tiefgehende Transformation der Massenkultur ein. Bailey ist aufgrund seiner Arbeit für Zeitschriften, die unzählige Schnittstellen zwischen high modernism und popular culture und den verschiedensten Diskurse kreieren sollte, eine Schlüsselfigur dieser jüngeren Generation.

Nicht zuletzt war es das Bild des Künstlers selbst, das mit der weitflächigen Assimilierung der künstlerischen Produktion in der Bilderproduktion selbst zur Ware wurde. Baileys Medienbild, das um eine bestimmte attitude konstruiert worden war (und die mit dieser im Konnex stehende Frage nach der Stellung des Künstlers in der neuen Bilderwelt), wurde schließlich von Michelangelo Antonioni mit der hier schon genannten Arbeit Blow-Up ins Bild gesetzt. Dieser Film führte eindringlich das Verschwinden der Grenzen zwischen high (modernist) art und der popular culture vor und schöpfte seine Inspiration aus der image production industry Londons in all ihren Facetten. Meine Arbeit schließt mit dem Entstehungsjahr dieses Films 1966; ein Jahr, in dem die Faszination von Künstlern wie Bailey für die visuelle Kultur der Massenmedien einer Art Desillusionierung angesichts der Realitäten der Bilderindustrie gewichen war. Die in den Massenmedien arbeitenden Künstler und Kreative sahen die erhofften kreative Möglichkeiten nicht erfüllt musste sich so der - oft vergeblichen - Verteidigung gestalterischer Freiräume widmen.

Neben den Zäsuren 1946, 1956 und 1966 als Eckdaten formte sich im Verlauf meiner Arbeit die von dieser Bilderindustrie produzierte Bilderflut als roter Faden heraus. Dieser von Bildern saturierte Raum ist zu Beginn des 21. Jahrhunderts nun so allgegenwärtig und selbstverständlich geworden, dass man dazu verleitet wird, die Wahrnehmung angesichts dieser in Waren transformierten und verselbständigten Bilder zu versperren und damit ihre Phänomene aus den Augen zu verlieren und ins Unbewusste zu verdrängen. Die Bilderflut und ihre visuelle Reizüberflutung lässt so die Sehnsucht „nach einer Epoche der Ruhe“ aufkommen, in der man den Waren und damit den Bildern, die einen überall auflauern, entfliehen kann, wie dies Jameson formulierte; „an escape from the noisy commodities themselves, which turn out, as Marx always thought they would, to be living entities preying on the humans who have to coexist with them“.⁵ Aus der Perspektive von Künstlern der frühen 1950er bis frühen 1960er Jahre wie der Independent Group oder auch Bailey ist es nun möglich, das Neuartige, Revolutionäre und nicht zuletzt das verführerische, faszinierende Element dieser *coupure* (Jameson) zu erfassen. Schließlich wird auch deutlich, dass Künstler der britischen Pop-Art bzw. britischen *image production industry* wie Bailey (mehr oder weniger entgegen ihrer Intention) der Warenökonomie den Zutritt zur Kultur und zu den „hohen“ Künsten eröffneten, in dem sie Techniken des Modernismus in die Massenmedien übersetzten und der Bilderindustrie verfügbar machten.

Quellen zu dieser Übergangsperiode nach dem 2. Weltkrieg und zu der Perspektive britischer Künstler boten mir Monographien, die sich der rebellischen wie revolutionären Überlegungen und visuellen Umsetzungen der Independent Group an Betrachtung der neuen Kultur der Warenökonomie widmen: „The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty“, herausgegeben von David Robbins und „The Independent Group. Modernism and mass culture in Britain 1945-59“ von Anne Massey. Beide Publikationen bieten zur Independent Group ausreichend Quellenmaterial; sie beleuchten die Auseinandersetzung dieser losen Gruppe in den späten 1940er und 1950er Jahren mit der Bilderflut und –Kultur der Konsumkultur, wobei die erste Publikation unzählige Quelltexte bietet, die der Leser für sich deuten muss. Masseys konziserer Text widmet sich einzelnen Aspekten und überschneidet sich nur wenig mit Robbins’ Publikation. Baileys Arbeit der 1960er Jahre, die da ansetzt wo jene der *Independent Group* als gemeinsames Kollektiv zeitlich wie auch praktisch einen Endpunkt findet, wird von Martin Harrison in der Publikation „The Birth of the Cool“ in einem die Fotoarbeiten begleitenden Text beleuchtet, der aus Interviews mit dem

⁵ Vgl. Fredric Jameson, *Archaeologies of the Future: The Desire Called Utopia and Other Science Fictions*. New York 2007, 391

Fotografen entstanden ist. Als weitere Quelle zu Bailey – mehr als nur eine ergänzende zu Harrisons Text – erwiesen sich die zahllosen Interviews mit britischen Tageszeitungen (allen voran mit dem linksliberalen *The Guardian*), in denen Bailey immer spontan und mit wenigen Worten ein neues Licht auf seine Arbeit wirft.

Neben diesen Quellen ist es die kulturwissenschaftliche Methode, mit der man sich Baileys Fotoarbeiten von einem anderen Blickpunkt nähern kann; sie bietet ein Erklärungskonzept zu dem kulturellen Paradigmenwechsel in den 1950 und 1960er Jahren, bzw. zu der Übergangsperiode um 1960 und positioniert diese in einen erweiterten Kontext. Fredric Jamesons Text „Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism“ (1984), unternimmt den Versuch, die kulturellen Umbrüche mit Hilfe einer These zur Postmoderne seit 1960 zu deuten und anhand spezifischer Phänomene anschaulich zu machen. Obwohl im Begriff *Postmodernism* andere künstlerische „Ismen“ wie beispielsweise der Kubismus oder Futurismus anklingen, versteht Jameson diesen weniger als Stil sondern mehr als kulturelle Logik bzw. „kulturelle Dominante“ der Warenökonomie. Die Phänomene, die sich aus dieser kulturellen Logik ergeben, und so im direkten Zusammenhang mit der von den Massenmedien, der *image production industry* erzeugten Bilderflut stehen, wurden zu Beginn der 1960er Jahre in der Arbeit von Kunstschaffenden in verschiedenartigsten Medien reflektiert. Ein wichtiger Punkt ist hier die Desorientierung des Betrachters angesichts bildlicher Konfigurationen, die zur Auflösung von Narrativen führt. Ein weiteres Phänomen, das in dieser visuellen Kultur auftritt und im Film und in literarischen Arbeit reflektiert wurde, ist die Allgegenwart von Simulakren, massenproduzierte Bilder, die das Original, die Ausgangsquelle marginalisieren und ein Eigenleben in einer medialen Parallelwelt entwickeln. Interessanterweise finden sich hier einige Beispiele aus Frankreich, wie beispielsweise in den Filmen von Alain Resnais und Chris Marker, oder in Robbe-Grilletes *nouveau roman* und nicht zuletzt Pierre Klossowskis Texten.

Ein weiterer Text (neben anderen Texten Jamesons, Hal Fosters, Rosalind Krauss` etc.) der zu diesem Themencluster hilfreich war, ist David Harveys „The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change“ (1990). Harvey gelingt es, in dem er unter anderem Bezüge zu Jamesons Text herstellt, Verbindungen zwischen einem ökonomischen und kulturellen Paradigmenwechsel herzustellen und die Virulenz seiner Phänomene aufzuzeigen. Mit Deutungen zweier „postmoderner“ Filme (Ridley Scotts Philip K. Dick-Adaption *Blade Runner*, 1982 und Wim Wenders’ in Mitarbeit von Peter Handke entstandenem Film *Himmel über Berlin*, 1987) der 1980er Jahre bündelt er die verschiedensten Linien seines Text und verweist auf die Allgegenwart des zur Ware

gewordenen Bildes als Indikator für die kulturelle Revolution. Harveys Leseart dieser Filme wie auch Seymour Chatmans Antonioni-Studie „Antonioni; or, the Surface of the World“ (1985) bestärkten mich darin Antonionis *Blow-Up* ähnlich zu deuten, wobei ich versuchte mich nur auf gewisse Aspekte zu konzentrieren – mit dem Bewusstsein, das eine Arbeit wie Antonionis *Blow-Up* unzählige Lesearten zulässt, und die von mir behandelten Themen nur Betrachtungen aus einem bestimmten Blickpunkt aus darstellen.

1. „Art in a changed Context“: Die Transformation der Künste in der Warenökonomie

1.1 1946: *High modernism* und Massenmedien in Großbritannien nach dem Zweiten Weltkrieg

Die Situation sah in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg für Großbritannien zunächst nicht viel versprechend aus. Die Labour-Regierung konnte zwar eine Vollbeschäftigung erreichen, doch nur um den Preis der Rationierung, einem alles bestimmenden, nüchternen (und ernüchternden) Klima.⁶ Die Einschränkung des Konsums veranlasste die Presse 1946 den so zuversichtlichen Titel einer Designausstellung im *Victoria & Albert Museum* ironisch von „Britain Can Make It“ in die Devise „Britain Can’t Have It“ umzuformulieren.⁷ Ein Lichtblick war in diesen trostlosen Jahren die Fortsetzung der Kulturpolitik der Kriegsjahre, deren Linie es war die kulturellen Aktivitäten angesichts der bedrohlichen Lage zu fördern.⁸ Eine Initiative war die Gründung *Arts Council* 1945, das allerdings eine äußerst konservative, rückwärtsgewandte Auffassung von Kultur, Design und Kunst vertrat, und mit dem *high modernism* nur wenig anzufangen wusste; als angebracht galt weniger geometrisches und funktionales Design als nationale Standards wie der „Windsor chair“ oder der „Harris tweed“.⁹ Ähnliche Leitlinien betrafen die Malerei, an der die Entwicklungen des *high modernism* nahezu völlig vorübergegangen waren¹⁰; der *high modernism* blieb so zunächst in Großbritannien und insgesamt „in den angloamerikanischen Kernländern bis nach dem Krieg ein sekundärer oder recht schwacher Impuls“, wie Fredric Jameson bemerkt.¹¹

In diesem Kontext kann man die Gründung des *Institute for Contemporary Art* (kurz ICA) im selben Jahr – 1946 - zu verstehen, das sich am Vorläuferprojekt des MoMA in New York City orientierte. Nicht zuletzt stellte das Projekt des ICA so eine Art Vorstufe einer sich schon bemerkbar machenden weiteren Phase des *high modernism* dar, die Jameson als ein amerikanisches Phänomen eingestuft hat; eine Phase, die getragen von einer Kunsttheorie, eine Ideologie war, „die der abstrakte Modernismus hervorbrachte und die ihn dann im

⁶ Vgl. David Robbins (Hrsg.), *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*, Cambridge, Massachusetts und London, 1990, S.13

⁷ Vgl. ebda.

⁸ Vgl. ebda.

⁹ Vgl. Anne Massey, *The Independent Group. Modernism and mass culture in Britain 1945-59*, Manchester und New York, 1995, S. 7

¹⁰ Vgl. ebda, S.8

¹¹ Fredric Jameson, *Mythen der Moderne*, Berlin 2004, S.172

Ausland überallhin als ein spezifisch nordamerikanischer Kulturimperialismus begleitete.“¹² Die modernistische Ästhetik, die nun schon ihr Basis in die USA verlegt hatte, wurde nun schnell als offizielle Ideologie des Establishments assimiliert - im Rahmen der „corporate power“ und des „Kulturimperialismus“ der USA.¹³ Dafür standen beispielsweise Mies van der Rohes Bürogebäude, die er Macht der Staats- und Firmenmacht Monumente schufen.¹⁴

Mit dem Jahr 1946 kann man so den Anfang einer Periode einer allmählichen Etablierung des Modernismus in Großbritannien datieren, die 1956 (beschleunigt durch den Einfluss der USA und ihrer Kulturpolitik) schon abgeschlossen war und in der im besonderen das ICA mitwirkte: „[A] shift in the meaning of modernism [that] was symptomatic of the new global balance of power engendered by the Marshall Plan, which generated Britain's increased dependency, both politically and economically“, so Massey.¹⁵ Am Ende dieser Übergangsperiode die von einem tiefgreifenden kulturellen Wandel geprägt war steht 1956 eine Präsentation der US-Variante der Malerei des *high modernism* in der Tate Gallery, die auch darauf aufmerksam macht, dass das *Institute of Contemporary Arts* zehn Jahre nach seiner Gründung nicht mehr alleine für die Propagierung des *high modernism* verantwortlich war.

Kurz nach dem Krieg lagen diese Entwicklungen noch in weiter Ferne, war das ICA ein einsamer Außenposten einiger wagemutiger Idealisten die sich inmitten einer in Großbritannien weit verbreiteten, konservativen Stimmung zu behaupten versuchten.¹⁶ Das Institut übernahm ohne viel zögern die Rolle eines Feindbilds für konservative Kreise, war dieser Form von Publicity nicht abgeneigt und suchte offen – ganz im Stil der Surrealisten - die Konfrontation.¹⁷ Das kam nun nicht zufällig; die geistigen Väter und Leiter des *Institute of Contemporary Arts* waren prominente Figuren aus dem Umfeld der modernistischen Avantgarde, und zumeist Vertreter der Surrealistengruppe. Zwei Schlüsselfiguren des ICA - die in ihr ein kreatives Spannungsfeld erzeugten - waren der Surrealist Roland Penrose (ein Freund Picassos und Max Ernsts)¹⁸, der schon vor dem Krieg die künstlerische Moderne in Großbritannien publik gemacht hatte, und der Theoretiker Sir Herbert Read, der eine puristische Gegenposition zu der surrealistischen Basis im *Institute of Contemporary Arts* vertreten sollte. Ihr erstes bedeutendes Projekt war die Ausstellung *Forty Years of Modern*

¹² Ebda., S.173

¹³ Vgl. David Harvey, *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Malden, MA, USA, Oxford, Melbourne und Berlin 1990, 37f.

¹⁴ Vgl. ebda., 36

¹⁵ Massey, 62

¹⁶ Vgl. Massey, 30

¹⁷ Vgl. ebda., 25

¹⁸ Penrose war darüber hinaus der Ehemann der Fotografin Lee Miller, die zuvor mit Man Ray liiert war, Vgl. Antony Penrose, *Roland Penrose. The Friendly Surrealist*, München/London/New York, 2001

Art, 1907-1947 (1948), die sich den künstlerischen Errungenschaften der Avantgarde des Kanons der Modernism seit der „Geburt“ des Kubismus mit Picassos *Demoiselles d'Avignon* (1907) widmete; der Schwerpunkt lag hier auf den Strömungen des Kubismus und Surrealismus: Schlüsselfiguren wie Dali, Ernst, Magritte, Picasso und Braque waren mit ihren Arbeiten vertreten.¹⁹ Die thematischen Schwerpunkte blieben allerdings in Folge nicht nur auf die Bildende Kunst eingegrenzt, sondern umfassten genauso die Architektur, Literatur und den Film; ein Höhepunkt der vom Institut veranstalteten *screenings* war auch nicht zuletzt Bunuels skandalträchtige Schlüsselarbeit des surrealistischen Films, *Un chien andalou*.²⁰ Dass das ICA nicht nur eine Bastion des Surrealismus sondern auch des ideologisierten *high modernism* war, verdeutlichen einige Programmpunkte wie die Besuche von etablierten und angesehenen Figuren der architektonischen Moderne, wie Frank Lloyd Wright, die geistigen Väter des „International Style“ Henry-Russell Hitchcock und Philip Johnson, deren Vorträge der Propagierung der Moderne in der Architektur (mit seiner zentralen Figur Mies van der Rohe) in Großbritannien galten. Ein weiterer Besucher war Le Corbusier, im Rahmen einer Konferenz seines *Congrès internationaux d'architecture moderne* (kurz CIAM)²¹, einer sehr frühen Form der Ideologieschmiede des Modernismus. CIAM hatte sich erstmals 1933 in Athen eingefunden um eine Charta zu beschließen, die für dreißig Jahre definieren sollte, wie die Architektur der Moderne gestaltet sein sollte.²² Zu der zentralen Aufgabe die sie Le Corbusiers Projekt machte, war es „in aggressiver Weise das Schlagwort ‚Moderne‘ zu popularisieren und sorgfältig daran [zu] arbeiten seine Ideologie zu konstruieren.“²³ Ein weiterer Punkt der sich aus diesen Aktivitäten ergab war es, für eine Fortsetzung des *high modernism* zu sorgen und die Stafette an den kreativen Nachwuchs weiter zu reichen. Es galt nun nicht zuletzt den talentiertesten der jungen Generation einen Entfaltungsraum zu bereiten. So blieb es bei Ausstellungen wie *Forty Years of Modern Art* nicht bei den schon kanonisierten Namen - auch Arbeiten von ausgewählten jungen Künstlern wie Eduardo Paolozzi waren zu sehen.²⁴ In den Räumen des Instituts sollten sich in den nächsten Jahren Künstler, Schriftsteller, Musiker zu Diskussionen und zum Ideenaustausch einfinden. Das ICA entwickelte so in kurzer Zeit eine enorme Popularität unter jungen Künstlern und Intellektuellen, was auf die Klub-ähnliche Atmosphäre²⁵, und genauso darauf beruhte, dass es

¹⁹ Vgl. Robbins, *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*, S.13

²⁰ Vgl. Massey, 29

²¹ Vgl. ebda., 30

²² Vgl. Harvey, , S.32

²³ Jameson, *Mythen der Moderne*, 172

²⁴ Vgl. Penrose, 147

²⁵ Vgl. Richard Hamilton im Gespräch mit Hans Ulrich Obrist, *Pop Daddy*, Tate Magazine Issue 4, March/ April 2003, <http://www.tate.org.uk/magazine/issue4/popdaddy.htm>

eigentlich so gut wie keine anderen Orte in London gab, die als Punkte der Kontaktpflege für junge Künstler geeignet waren, die an neuen Entwicklungen interessiert waren. London besaß kein reges Caféleben wie Paris, und nichts was der unendlichen Abfolge an Ausstellungseröffnungen gleich kam, wie es sie in New York City gab, Gesellschaftsereignisse, die der Kontaktpflege und dem Ideenaustausch breiten Raum boten.²⁶ Viele der jungen Besucher des ICA wohnten nun auch in kalten, gemieteten Zimmern, wie sich Paolozzi erinnerte²⁷; darin glichen sie vielen Künstlern und Intellektuellen, denen die Cafés von Paris Unterschlupf und unzählige Kontakte geboten hatten.²⁸

Der Besuch einer Ausstellung des ICA war nun auch vorwiegend mit einem abendlichen Treffen an dieser Bar und mit Gesprächen und Diskussionen über Kunst mit Gleichgesinnten verbunden.²⁹ Eine Mitarbeiterin des Instituts, Dorothy Morland, erinnerte sich später an zwei junge Künstler, die schon im Rahmen der Eröffnung der permanenten Räume des Instituts 1950 ihren großen Auftritt hatten und mit mitgebrachten Materialien die Bar dekorierten: der schon in Erscheinung getretene Grafiker und Maler Paolozzi und der Fotograf Nigel Henderson.³⁰ Es blieb jedoch nicht nur dabei der nachfolgenden Generation einen Treffpunkt zu bieten; den jungen, noch unbekannten Künstlern wurde nun genauso wie den schon etablierten Vertretern des *high modernism* die Möglichkeit geboten, ihre künstlerischen Ideen im Rahmen von Ausstellungen zu präsentieren.³¹ Eine Fortsetzung dieser Linie bildete die Schaffung einer vom ICA unterstützten Arbeitsgruppe: die *Independent Group* (kurz IG). Das folgende zwiespältige Verhältnis dieser jungen Gruppe zur älteren Generation, deutet schon die weiteren kulturellen und künstlerischen Entwicklungen Ende der 50er, Anfang der 60er Jahre an - die Entfremdung einer jüngeren Generation von jener die den *high modernism* repräsentierte und ihnen zunächst einen Arbeitskontext geschaffen hatte. Zu Anfangs sollte die IG als informeller „research unit“ für frischen Wind in den Diskursen und Aktivitäten Instituts sorgen: „The IG was conceived by the ICA with the function of keeping the parent organization in touch with developing art and ideas“, so Alloway.³² Die Gründung der

²⁶ Vgl. Lawrence Alloway, The development of British Pop, in Lucy R. Lippard (Hrsg.), Pop Art, Thames and Hudson, London, 1966/1967 und 1970, S. 29

²⁷ Vgl. Eduardo Paolozzi, Retrospective Statement, in: Robbins, 192

²⁸ Einer dieser Künstler war beispielsweise der vor seiner kalten Wohnung fliehende Samuel Beckett: „Im Caféhaus zu herumzusitzen war eine Lebensweise schon deshalb, weil die meisten von ihnen am Rande der Armut dahinvegetierten. Cafés waren im Gegensatz zu ihren Zimmern geheizt, und sich dort zu treffen bedeutete, dass keiner die Rolle des Gastgebers übernehmen musste“, wie Deirdre Blair in ihrer Beckett-Biographie bemerkt. Diese Rolle übernahm nun zeitgleich im Nachkriegslondon nun das *Institute of Contemporary Arts*. Vgl. Deirdre Blair, *Samuel Beckett*, Hamburg, 1991, S.141.

²⁹ Vgl. Colin St. John Wilson, Interview, 9 May 1983, in: Robbins, S.14

³⁰ Vgl. Dorothy Morland, zitiert in einem unveröffentlichten Manuskript von John Sharkey, *A History of the Institute of Contemporary Arts*, in: Robbins, S.14

³¹ Vgl. Paolozzi, Retrospective Statement, in: Robbins, 192

³² Alloway, The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty. Notes, in: Robbins, 49

Gruppe bewirkte jedoch, dass man ab nun selbstbewusst gegen die patriarchalische Haltung des ICA rebellierte. „It was the notion, probably emerging at an Institute of Arts committee meeting, that it might be nice if some of the brighter young occasional frequenters of the gallery’s bar were brought together under the banner of the ICA. The invitation was accepted by the front runners (it was gratifying to be bracketed as “bright”), though the banner was immediately hauled down and used as a doormat”, wie Richard Hamilton sich erinnert.³³ Hamilton wies wo anders auch darauf hin, dass schon im Titel diese Loslösung vom Institut programmatisch enthalten war.³⁴ Ein anderes Mitglied der IG, Toni del Renzio, meinte später, dass diese sich genauso auch unabhängig von vorgegebenen Positionen verstand: „We were independent of any of the establishment structures. We felt like a probing group that tried to break down the barrier to open up the way.”³⁵

Die IG war in ihrer Natur antihierarchisch, antidogmatisch, urban, in den Worten Alloways „a tolerant, speculative group“³⁶, die der Ansicht war, dass es dem Mann von der Strasse genauso möglich war, aktiv Kritik zu üben und die dominierenden Zustände zu verändern.³⁷ All dies hat seine Wurzeln in dem zeitlichen wie auch sozialen Hintergrund der Mitglieder. Sie alle waren in den 1910er und 1920 Jahren geboren worden, hatten den Zweiten Weltkrieg und die Energie erlebt, die durch den Nachholbedarf nach dessen Ende freigesetzt wurde (was eine auffallende Parallele zu den aus dem 1. Weltkrieg heimkehrenden und in Folge gegen das Establishment revoltierenden Künstlern und Dichtern von Dada darstellt). Auch der gesellschaftliche *background*, der mehr „unprivileged“ und „street-smart“, als privilegiert und „middle“ oder „upper class“ war, trug zu ihrem Zugang bei. Genauso war ihre Ausbildung mehr praktisch denn akademisch. „They were (...) commercially and technically trained, self-educated people, at home in the city with a profound underclass suspicion of social and academic privilege.”³⁸ In dieser Hinsicht unterschieden sie sich von den älteren Vertretern im Institute of Contemporary Arts, die nie ähnliche praktische Erfahrungen gemacht hatten.³⁹ Sie waren so die ersten Künstler/ Kreative eines neuen Schlags in Großbritannien, die auf die Errungenschaften des *high modernism* bauten, aber in derselben Weise auch technisch und kommerziell geschult waren; sie waren Vorreiter eine Linie die sich mit der Arbeit einer jüngeren Generation von Künstlern und Kreativen wie die eines Fotografen wie David Bailey

³³ Richard Hamilton, Retrospective Statement, in: Robbins, S. 188

³⁴ Vgl. Richard Hamilton in conversation with Reyner Banham, 27 June 1976, in: Robbins, S.21

³⁵ Toni del Renzio im Gespräch mit Jürgen Jacob, 1979, in: Jürgen Jacob, Die Entwicklung der Pop Art. Von ihren Anfängen bis 1957. Das Fine-Popular Art Continuum, Frankfurt am Main 1986, S.175

³⁶ Alloway, The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty. Notes, in: Robbins, S.49

³⁷ Vgl. Baas, Introduction, in: Robbins, S. 8

³⁸ Ebda.

³⁹ Vgl. Massey, 50

in den 60er Jahren fortsetzen und weiter entfalten sollte. Wie Bailey kamen nun die IG-Mitglieder John McHale, Alison und Peter Smithson und Paolozzi alle aus der *working class*. Paolozzi produzierte und verkaufte in seiner Kindheit Eiscreme im Laden seiner aus Italien immigrierten Eltern in Edinburgh.⁴⁰ Nach dem Krieg besuchte Paolozzi schließlich die *Slade School of Fine Arts*. Die dort verbreitete Feindseligkeit gegen alles Moderne und die längst überkommenen akademische Themen die mehr ins 18. als ins 20. Jahrhundert zu gehören schienen, stießen ihn allerdings ab. „Both students and teachers admired „academic“ Royal Academy Paintings of horses in landscapes or ships at sea with readable rigging“, so Paolozzi.⁴¹ Anders als die meisten anderen Studenten interessierte er sich für den *high modernism* eines Picasso und für neue Technologien. Dies führte dazu, dass er sich kaum auf der „Slade“ blicken ließ und seine Zeit schließlich überwiegend in der *London Gallery* der britischen Surrealistengruppe, und in Naturkunde-, Wissenschafts- und Industriemuseen wie dem *Victoria & Albert Museum* verbrachte – gemeinsam mit den wenigen gleich gesinnten Studenten, wie mit dem schon genannten Henderson⁴² und Hamilton.⁴³ Dessen Interesse für angewandte Kunst kam auch nicht von ungefähr, denn seine „technische und kommerzielle“ Ausbildung hatte schon früh eingesetzt. Hamilton hatte mit 15 Jahren für ein Jahr lang in den Reimann Studios in London gearbeitet, in einem Designbüro, das seine Wurzeln in Deutschland hatte und angesichts der beginnenden Repression durch das nationalsozialistische Regime gezwungen gewesen war, seine Produktion nach Großbritannien zu verlegen. Hamiltons Beschreibung nach stellten die *Reimann Studios* eine „leicht kommerzialisierte Variante“ des Bauhauses dar⁴⁴, jener berühmten Kunsthochschule, die es sich zum Ziel gemacht hatte, die Grenzen zwischen „hoher“ Kunst und Gebrauchskunst im Deutschland der Zwanziger und beginnenden 30er Jahre zu überschreiten - ein Projekt, das jedoch durch die politische Entwicklung verhindert wurde (parallel zur Blockierung ähnlicher Projekte der Konstruktivisten in der Sowjetunion in den 30er Jahren).⁴⁵ Die *Reimann Studios* waren in Schwerpunkten wie Schaufensterdekoration, Fotografie und Mode eingeteilt; Hamilton lernte hier sein Vokabular mit praxisnaher Arbeit, deren Schwerpunkt gezielt auf kommerzielle Produktion lag. Doch auch hinsichtlich des *high modernism* wurde er von einem der Leiter des Studios auf den Geschmack gebracht: „On one occasion, he gave me a

⁴⁰ Vgl. Eduardo Paolozzi, *Memoirs*, 1994, in: Robin Spencer (Ed.), *Eduardo Paolozzi. Writings and Interviews*, Oxford/New York, 2000, 49

⁴¹ Paolozzi, *Retrospective Statement*, in: Robbins, S. 192

⁴² Vgl. David Robbins, Eduardo Paolozzi, in: Robbins, S. 94

⁴³ Vgl. Hamilton im Gespräch mit Obrist, Pop Daddy

⁴⁴ Vgl. Hamilton im Gespräch mit Obrist, Pop Daddy

⁴⁵ Vgl. Wyss, 32

shilling and said go and see the Picasso show.”⁴⁶ Eine Arbeit, die in dieser Ausstellung gezeigt wurde, war Picassos monumentales Antikriegsgemälde „Guernica“ (1937).⁴⁷ Für den jungen Hamilton war dies “a life-time experience”.⁴⁸ Nach seiner ersten Ausbildung in *Reimannstudios* wurde Hamilton in den Schulen der *Royal Academy* als technischer Zeichner ausgebildet und besuchte nach dem Krieg kurz eine Klasse für Modezeichnen (gesponsert vom Modemagazin *Vogue*), bis er schließlich zu der *Slade School of Fine Arts* Zugang fand. Dort traf er dann Leute wie Henderson, mit deren Hilfe er schließlich sein Wissen über den *high modernism* vertiefen konnte und die ihn mit dem ICA bekannt machten.⁴⁹ Mit Henderson gestaltete er nun eine Ausstellung zu einer Schlüsselfigur des literarischen *high modernism*, Joyce, die in den neuen Räumen des Instituts abgehalten wurde.⁵⁰

In Hamiltons Ausbildungsjahren sind hier schon die zwei Linien vorgezeichnet, die später für seine Arbeit, die seiner Künstlerkollegen in der Independent Group und für eine nachfolgende Generation von Künstlern und Kreativen wie eines David Bailey von Bedeutung werden sollte: Auf der einen Seite der Bezug zu den Popular Arts einer zunehmend virulenten mediatisierten Massenkultur, und auf der anderen jener zur visuellen Ästhetik des *high modernism*, vertreten durch Picasso, eine seiner interessantesten aber auch widersprüchlichsten Figuren, eine Personifikation dieser Kunstströmung in all ihrer Vielseitigkeit, Kreativität. Hamilton war hier nun als angehender Kreativer, als Gebrauchsgrafiker angeleitet worden, aktuelle Entwicklungen des *high modernism* zu verfolgen, und aus ihnen Inspiration zu schöpfen.

1.2 „Art in a Changed Context“: Die Untersuchungen der Independent Group

Für Hamilton, Paolozzi, Reyner Banham und Lawrence Alloway war es neben dem *high modernism* besonders die ephemere, schnelllebige Bildwelt der amerikanischen Massenmedien, mit der sie schon vor dem Krieg aufgewachsen waren, die besonders ihr Interesse, ihren Enthusiasmus weckte, der sie alle in der Independent Group verbinden sollte. In ihrer Kindheit wurde ihnen diese Ästhetik durch amerikanische Filme und Comics

⁴⁶ Hamilton im Gespräch mit Obrist, Pop Daddy

⁴⁷ Der Initiator dieser Ausstellung war übrigens der spätere Leiter des ICA, Roland Penrose, gewesen. Vgl. Pierre Daix, Picasso, New York/ Washington, 1965, S. 173

⁴⁸ Hamilton im Gespräch mit Obrist

⁴⁹ Vgl. Massey, 38

⁵⁰ Massey, S. 39. Hamilton hatte übrigens zuvor schon zu Joyces „Ulysses“ 1948 Illustrationen geschaffen, vgl. Stephen Coppel, Work in Progress: Die Ulysses-Illustrationen, in: Andreas Kreul (Hrsg.), Richard Hamilton. Subject to an impression, Bremen 1998, S.8 ff.

vermittelt⁵¹, nach dem Krieg fand diese Faszination ihre Fortsetzung - nun hatten es ihnen besonders amerikanische Magazine angetan. Nicht zuletzt waren es aber auch „ihre zahlreichen Reisen in die Vereinigten Staaten, Arbeits- und Studienaufenthalte meist in New York und vor allem an der amerikanischen Ostküste“ die neben Begegnungen mit einigen bedeutenden Figuren des *high modernism* (wie Josef Albers⁵²) auch „zu ihrem medienbewussten Umgang mit amerikanischer Kultur“ beitrugen, wie Bettina Funcke bemerkt.⁵³ Paolozzi fasste dies später in einem „Retrospective Statement“ zusammen: „Group members such as del Renzio, Alloway, Reyner Banham and I were bound together by our enthusiasm for the iconography of the New World.“⁵⁴

Für die Rezeption dieser Popular Arts der US-Massenmedien war nun für die IG nicht nur die relative Nähe von Bedeutung, sondern auch eine örtliche wie auch kulturelle Distanz, die diese von außen betrachtete, „exotische“ Kultur und ihre visuellen Anregungen umso begehrenswerter machen sollte, „especially in an austere Britain short on attractive alternatives“, wie Hal Foster anmerkt.⁵⁵ Bei Foster steht hier „austere“, „streng“ d.h. „karg“ oder „nüchtern“ für „the mealy modernism of Herbert Read“⁵⁶ und damit für die aus der Sicht der Independent Group ins akademische abgedriftete Ästhetik des Mutterinstituts.⁵⁷ Aber „austere“ trifft in gleicher Weise auf die schon erwähnten kargen Lebensumstände in der Nachkriegszeit zu, die diese Distanz zu den exotischen Bildern der amerikanischen Massenmedien noch verstärken sollte. Die in weiter Ferne liegende amerikanische mediatisierte Kultur und ihre „the aesthetics of Plenty“⁵⁸, wurde so besonders für Menschen der *working class*, und damit für die meisten Mitglieder der IG, die in äußerst kargen Lebensumständen lebten, zu Objekte der Sehnsucht. „The fact that my friends and I were bound together by a form of poverty, living in rented rooms with no ice boxes, no cameras, and no fancy clothes, only added to the piquancy of these lush magazine images“, wie Paolozzi bemerkte.⁵⁹ Reyner Banham erinnerte sich später an die Wirkung und den Eindruck, den die ephemeren Bilder der amerikanischen massenmedialen Kultur auf sie machten...

⁵¹ Vgl. Hal Foster, On the First Pop Age, New Left Review 19, January-February 2003, <http://www.newleftreview.net/NLR25306>

⁵² Vgl. Robbins, 31

⁵³ Bettina Funke, Pop oder Populus: Künstlerische Praxis zwischen Hoch- und Massenkultur, Karlsruhe, Staatliche Hochschule für Gestaltung, Diss., 2004, 232

⁵⁴ Eduardo Paolozzi, Retrospective Statement, in: Robbins, 192

⁵⁵ Foster, On the First Pop Age

⁵⁶ Ebda.

⁵⁷ Vgl. Massey, The Independent Group. Modernism and mass culture in Britain 1945-59, 74

⁵⁸ Vgl. Alloway, The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty. Notes, in: Robbins, S.49

⁵⁹ Paolozzi, Retrospective Statement, in: Robbins, 192

We goggled at the graphics and the colour-work in adverts for appliances that were almost inconceivable in power-short Britain, and food so luscious you wanted to eat them. Remember we had spent our teenage years surviving the horrors and deprivations of a six-year war. (...) Those ads may look yucky now, to the overfed eyes of today; but to us they looked like Paradise Regained – or at least the paper promise of it.⁶⁰

Die Distanz zu dieser neuen Massenkultur und Massenmedien schärfte aber in derselben Weise auch den Blick der „Väter des Pop“, Paolozzi, Hamilton; ein Blick, der auch später in den Arbeiten eines David Bailey zu erkennen ist. So sehnsuchtsvoll dieser Blick von Außen auch war, so fehlte auch nicht eine Spur der Ironie in ihrer Betrachtung der Massenmedien; genauso wenig verschleierte diese Sehnsucht ihren Blick für die distinktiven Eigenschaften dieser Pop-Ästhetik - eine Verfahrensweise „der europäischen Spielarten von Pop“⁶¹ die einerseits von Enthusiasmus aber andererseits sich auch durch kritische Distanz auszeichnete. Wie Beat Wyss vorschlägt, könnte man diese Vorgehensweise als eine Art „Kulturkritik durch Affirmation“ bezeichnen: „Die Techniken der Werbebotschaften werden kommentarlos aufgegriffen, aber durch eine scheinbar naive Verstärkung verfremdet und damit einer kritischen Reflexion unterzogen.“⁶² In den frühen Arbeiten der IG sollten die Möglichkeiten die diese Techniken boten untersucht werden; die „popular culture“ setzte sich so als das zentrale Thema des theoretischen Diskurses wie auch der künstlerischen Arbeit durch. „This topic was arrived at as the result of the snowballing conversation in London which involved Paolozzi, the Smithsons, Henderson, Reyner Banham, Hamilton, McHale and myself“, wie sich Alloway erinnert.⁶³ Der gemeinsame Enthusiasmus für die amerikanische Massenkultur kam in diesen Gesprächen zu Tage... „we discovered that we had in common a vernacular culture that persisted beyond any special interest or skills in art, architecture, design, or art criticism that any of us might possess.“⁶⁴ Sie begannen nun diesen enthusiastischen Impuls in weiteren Gesprächen in eine ebenso prophetische wie auch radikale theoretische oder programmatische Linie zu übersetzen.

Der Erfolg und der Einfluss der Konsumkultur des Kapitalismus, die nun Europa immer näher rückte, war gepaart mit den revolutionären Entwicklungen in der Kommunikation seit dem 19. Jahrhundert die nun in eine neue Phase eingetreten waren und die Effektivität der

⁶⁰ Reyner Banham, *Fathers of Pop*, revidierter Skriptentwurf, zitiert in: Massey, 84

⁶¹ Beat Wyss, *Pop zwischen Regionalismus und Globalität*, in: Walter Grasskamp/ Michaela Krützen und Stephan Schmitt (Hrsg.), *Was ist Pop? Zehn Versuche*, Frankfurt am Main, 2004, S.35

⁶² Ebda., S.35

⁶³ Lawrence Alloway, *The development of British Pop*, in: Lucy R. Lippard (Hrsg.), *Pop Art*, Thames and Hudson, London, 1966/1967 und 1970, S. 31

⁶⁴ Ebda.

Massenmedien bestimmten. Die virulente und oft verwirrende Mediatisierung der Öffentlichkeit, war allgemein spürbar, und begann die Nachkriegskultur zu formen, wie Alloway 1955 bemerkte:

The characteristic of post-war culture is the impact of the mass media. The impact has been felt before... But these revolutions in communications seem not to have achieved their full effect until confirmed by the new medium of television and by the popularity of the comic strip. In addition, the general increase in the imagination and efficiency of the popular arts has been recognized.⁶⁵

Der Schluss zu dem die *Independent Group* nun kam war, dass diese zweite Welle einer konsumorientierten Amerikanisierung in der Nachkriegszeit (der zweiten nach der fordistischen der 20er Jahre⁶⁶) zunehmend tief greifende kulturelle Veränderungen mit sich brachte und bringen würde. Hamilton merkt an, dass zunächst die Fotografie „ein großes Stück aus den Vorrechten der Kunst“ heraus gebrochen hatte, „die bildliche Aufzeichnung visueller Fakten“; sie beschnitt so „das Spektrum der Botschaften (...), deren Vermittlung die bildende Kunst als ureigenstes Vermögen betrachtete“⁶⁷. Die von der Fotografie und dem Film dominierte *popular culture* entzog nicht zuletzt nun auch der Kunst auch „ihre Funktion der Mythenschöpfung“.⁶⁸ Die IG sah so keinen anderen Weg als sich die Ästhetik der Massenmedien anzueignen, ihre Techniken und Funktionsweisen zu reflektieren, damit ihre Arbeiten angesichts der schnell einsickernden Massenkultur, ihrer massenmedialen Bilderflut, verführerischen Verpackung („the imagistic impact, sexy packaging, speedy turnover“⁶⁹) lebendig bleiben würde.

Aus dem Blickpunkt des *Institute of Contemporary Art* (und amerikanischer Ideologen wie Clement Greenberg die das Entstehen dieser Kultur beobachtet hatten) mochte die Abgrenzung der Kunst von den Techniken und Bildern der Massenmedien noch Sinn ergeben; nicht zuletzt als „Selbstbewahrungsinstitut der Kunst“ gegenüber allen ihm feindlichen, politischen oder gesellschaftlichen Kräften⁷⁰, der sich in einem fluchtartigen Rückzug zu Beginn des Fernsehzeitalters Luft machte.⁷¹ Greenbergs ästhetisches Programm, das er in seinem Text „Towards a new Laocöon“ (1940) darlegte, orientierte sich an den Ideen

⁶⁵ Lawrence Alloway, ICA Bulletin, October 1955, in: Robbins, 33

⁶⁶ Vgl. Foster, On the First Pop Age

⁶⁷ Richard Hamilton, „POP: Kunst vom Feinsten“, in: Charles Harrison, Paul Wood, Sebastian Zeidler (Hrsg.), Kunsttheorie im 20. Jahrhundert, Band II, Stuttgart 1998, S.890

⁶⁸ Ebda.

⁶⁹ Foster, On the First Pop Age

⁷⁰ Jameson, Mythen der Moderne. 73

⁷¹ Vgl. ebda., 183

Lessings zur Ästhetik; die „Vermischung mit Nachbarkünsten, erzählerische[n] Anspielungen“ und nicht zuletzt „räumliche Illusion“⁷² sollte vom Künstler unterlassen werden. Die Künste sollten sich auf ihr eigenes Material, ihre „spezifischen Verfahren“ zurückziehen – „Farbe und Fläche werden als ästhetischer Selbstzweck sichtbar gemacht“, wie Wyss bemerkt.⁷³ Dieser Purismus war nicht nur eine Reaktion auf die künstlerischen Leitlinien im Faschismus und Stalinismus, sondern auch auf die kapitalistischen Massenmedien aus den USA, da sie ihm eine Parallele zum propagandistischen Gebrauch der Massenmedien der totalitären Systemen sahen. Aus diesem Kontext heraus ist es „den kritischen Zeitgenossen, von Adorno bis Greenberg, (...) nicht zu verargen, wenn sie der Kulturindustrie gegenüber große Vorbehalte oder auch entschiedene Ablehnung hegten“, so Wyss.⁷⁴

Für Künstler und Kritiker der jüngeren Generation, die schon in diese mediatisierte Umgebung hineingeboren waren, und anders als die vorangegangene Generation nicht mehr das Eintreffen der Filme, des Radios, der illustrierten Magazine erlebt hatten, und sie mit ihrer Bildsprache vertraut waren, war nun diese Abgrenzung des Bereichs der Kunst nicht mehr überzeugend: „The mass media were established as a natural environment by the time we could see them. (...) We were born too late to be adopted into the system of taste that gave aesthetic certainty to our parents and teachers“, so Alloway.⁷⁵ Die Texte der Vätergeneration boten auch keine Anleitung wie man mit den der Flut von massenmedialen Techniken, der unendlichen Folge von Bildern umgehen konnte: „Read and the others gave me no guidance on how to read, how to see, the mass media. Images of home, the family, and fashion, in the glossy magazine“, wie Alloway bemerkte.⁷⁶ Alloway verwies auch auf den emotionalen Aspekt, der die Rezeption der Bilder aus den Massenmedien begleitete und die von Modernismus geschaffene ästhetische Distanz reduzierte: „What happened was that these emotionally charged images from the mass media dramatically reduced aesthetic distance. (...) in place of Sir Herbert Read’s elaborate theoretical schemes, which were the main aesthetic systems available in London at the time, something intimate and simple was offered.“⁷⁷ Was nun nötig war, war es „eine neue Brille“ aufzusetzen, um hier ein Diktum Gilles Deleuzes (das er Proust entlehnte) anzuwenden: „wenn euch (...) [die alte Brille] nicht

⁷² Wyss, in: Grasskamp, Krützen und Schmitt, 24

⁷³ Ebda.

⁷⁴ Ebda.

⁷⁵ Lawrence Alloway, Personal Statement, Ark 19, Spring 1957, in: Robbins, 165

⁷⁶ Alloway, Personal Statement, in: Robbins, 165

⁷⁷ Lawrence Alloway, Pop since 1949, Artforum October 2004, <http://www.artforum.com/inprint/id=7607>

passt, dann nehmt eine andere, findet selber euer Gerät.“⁷⁸ Die Theoretiker und Künstler der IG machten sich so nun daran eine neue Theorie „als Brille“ zu entwickeln, die die Bilderflut der Medien schärfer und klarer in den Blick rücken sollte.⁷⁹ Nachdem man gelernt hatte mit diesen Techniken und den neuen Bildern umzugehen, war es wieder möglich mit Kunst wieder direkte Einflussnahme zu üben und als Künstler bzw. Kreativer nicht abseits der Entwicklungen zu stehen: „Popular Arts, as a whole, offers imagery and plots to control the changes in the world, everything in our culture that changes is the material of the popular arts...“, wie es Alloway auf den Punkt brachte.⁸⁰ Er und die IG verstanden die „popular arts“ als eine Kunst, die all die Techniken besaß, die es ermöglichten auf die schon fast eruptiven Veränderungen reagieren zu können, da diese populären Künste selbst ein fundamentaler Teil dieser Umwälzungen sind...

The popular arts of our civilization are geared to technical changes which occur, not gradually, but violently and experimentally. Technical change as dramatized novelty (usually spurred by economic necessity) is characteristic not only of cinema but of all the mass arts. Colour TV, the improvement of colour printing (particularly in American magazines), (...) are all part of the constant technical improvements in the channels of mass communication.⁸¹

Er betrachtete den veränderten Kontext des virulenten mediatisierten Kapitalismus in den die Kunst geraten war, nicht als einschüchternd oder bedrohlich⁸², sondern mehr als Möglichkeit, die Kunst dem alltäglichen Leben wieder anzunähern und traditionelle ästhetische Grenzen zu überwinden: „We begin to see the work of art in a changed context, freed from the iron curtain of traditional aesthetics which separated absolute art from non art.“⁸³

1.3 The Parallel of Life and Art: Frühe Untersuchungen der massenmedialen Bilderflut

⁷⁸ „Die Intellektuellen und die Macht“. Gilles Deleuze im Gespräch mit Michel Foucault, 4. März 1972, in: Gilles Deleuze, David Lapoujade (Hrsg.), *Die einsame Insel. Texte und Gespräche von 1953 bis 1974*, Frankfurt am Main 2003, S. 304

⁷⁹ Alloways Überlegungen lagen hier auf einer Linie mit jenen Vilém Flussers, der auch der Überzeugung war, das man das „Sehen“ bzw. „Lesen“ neuer Bilder – wobei Flusser hier schon die digitalisierten „Technobilder“ zu verstehen versucht - erlernen musste: „Wir sind (...) Analphabeten gegenüber den Fotografien wie vor 3000 Jahren die Leute Analphabeten waren in bezug auf die schriftlich festgelegten Gesetze. Die Leute fielen vor den Gesetzen auf die Knie und beteten sie an, weil sie Analphabeten waren. Ungefähr so ähnlich verhalten wir uns gegenüber den technischen Bildern. Die Lösung ist, dass wir die Sprachen, die hinter diesen Bildern stehen, erlernen (...).“ Vgl. Vilém Flusser in einem Gespräche mit Angelika Stepken, Berlin 1989, in: Vilém Flusser, Klaus Sander (Hrsg.), *Zwiesgespräche. Interviews 1967-1991*, Göttingen 1996, S.88

⁸⁰ Alloway, *The Arts and the Mass Media*, *Architectural Design & Construction*, Februar 1958, in: Steven Henry Madoff (Hrsg.), *Pop Art. A Critical History*, Berkeley Los Angeles, London, 1997, 8

⁸¹ Ebda.

⁸² Vgl. Nigel Whiteley, Einführung zu Lawrence Alloways „Pop since 1949“, in: *Artforum* October 2004, <http://www.artforum.com/inprint/id=7607>

⁸³ Alloway, *Personal Statement*, in: Robbins, 165

Den Theoretikern und Künstlern der *Independent Group* wurde nun langsam klar, dass ein zentraler Aspekt der Massenkultur die von den Massenmedien erzeugte Bilderflut war, der „effect of plenty“. Lawrence Alloway schlug nun vor, dass dieser Effekt auch in der künstlerischen Arbeit erzielt werden sollte, mit Hilfe eines unendlichen Vorrats an Bildmaterial aus dieser Massenkultur. „To achieve an effect of plenty in art it is necessary to have an endless supply of imagery (supplied by mass-culture) an omnivorous all-overism (for that imagery's development)“, so Alloway.⁸⁴

Der erste in der IG, der sich intuitiv des unendlichen Vorrats and Bildern zu Nutzen machte und damit einer der „Prophets of [the] epic shift“ (Foster)⁸⁵ wurde, war der schon hier ins Spiel gebrachte Eduardo Paolozzi. Alles nahm seinen Lauf damit, dass er 1947 vor der kulturellen Eintönigkeit Englands nach Paris flüchtete: „I left (...) with the intention of never coming back“.⁸⁶ Sein Vorhaben war es seine Idole aus der Surrealistengruppe kennen zu lernen „[and] to breath the same air as those great artists.“⁸⁷ Er traf einige Größen Dadas und des Surrealismus, die man übrigens ohne Schwierigkeiten im Telefonbuch finden und mühelos besuchen konnte.⁸⁸ Unter diesen Künstlern waren Ex-Dadaisten wie Hans (Jean) Arp⁸⁹ und Tristan Tzara, oder dem Surrealismus mehr oder weniger nahestehende Individualisten wie Giacometti und Balthus.⁹⁰ Über diese Kontakte konnte er in Folge auch die Arbeiten der mit Arp und Tzara befreundeten Künstlern Max Ernst und Duchamp und auch von Picasso in Originalen zu studieren⁹¹, die Paolozzi nun dazu inspirierten mit Illustrationen aus Zeitschriften zu arbeiten.⁹²

Ernst hatte in den 20er Jahren wie Vertreter Dadas, des Konstruktivismus und des Bauhauses Fotomontagen angefertigt, aber genauso auch Drucke aus Kolportageromanen des späten 19. Jahrhundert⁹³ als Quellen für seine Collagenromane „La Femme 100 Têtes“ (1929) oder „Une semaine de bonté ou Les sept éléments capitaux“ (1934) heran gezogen, um sich neue Möglichkeiten und Wege für seine künstlerische Arbeit zu erschließen. Der Titel von Ernsts zweiten Collageroman hatte schon (selbst-) ironisch auf sein Bildmaterial angespielt und passt nun perfekt als Devise für Paolozzis Beschaffung des Materials, denn „Une semaine de

⁸⁴ Alloway, *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*. Notes, in Robbins, S.49

⁸⁵ Foster, *On the First Pop Age*

⁸⁶ *Conversations between Eduardo Paolozzi and Alvin Boyarski*, May 1984, in: Spencer, 315

⁸⁷ Paolozzi, *Memoirs*, 1994, in: Spencer, 60

⁸⁸ Paolozzi, *Paris and Giacometti*, 1986, in: Spencer, 65

⁸⁹ Vgl. Paolozzi, *Retrospective Statement*, in: Robbins, 192

⁹⁰ Vgl. Robin Spencer, *Introduction*, in: Spencer, 15

⁹¹ Vgl. Eduardo Paolozzi und Eduardo Roditi, *Dialogues on Art*, in: Spencer, 88f.

⁹² Vgl. Jürgen Jacob, *Die Entwicklung der Pop Art. Von ihren Anfängen bis 1957. Das Fine-Popular Art* Continuum, S. 172

⁹³ Vgl. Werner Spies (Hrsg.), *Max Ernst, Retrospektive zum 100. Geburtstag*, München 1991, 184

bonté“ bedeutet übersetzt nichts anderes als „eine Woche der Freundschaftlichkeit, der Güte“, aber auch „Die weiße Woche“ (eine Woche in der alles billiger ist).⁹⁴ Tatsächlich war nun Paolozzis Material nicht nur billiger, sondern sogar kostenlos; „the raw material was free“, wie er sich erinnerte.⁹⁵ Paolozzis Freunde aus den USA in Paris versorgten ihn in der Zeit seines Aufenthalts mit Magazinen, die ihnen aus den Staaten geschickt wurden.⁹⁶ Ihre Freigiebigkeit erklärt sich daraus, dass sie den Enthusiasmus und Interesse für diese Bildersprache mit Paolozzi kaum teilten, da ihnen die Distanz zu dieser Ästhetik fehlte; ein Umstand aus dem sich auch später die Unterschiede zwischen der britischen und der US-amerikanischen Version der Pop Art erklären sollten: „[The] economic austerity (...) made the consumerist world appear exotic to British Pop artists. For the Americans, on the other hand, the commercial landscape was almost second nature, to be treated with a show of cool.“⁹⁷ Nicht zuletzt war auch schon die eigentliche Basis der Unternehmungen der Surrealisten um 1930 die „illustrierte Zeitschrift“, d.h. „Fotografie plus Text“ gewesen, die auch Benjamin zur gleichen Zeit als den neuen Kontext der Kunst verstanden hatte.⁹⁸ Überdies hatten Zeitschriften als typische Wegwerfprodukte der kapitalistischen Massenkultur schon nach kurzer Zeit ihre Lebensdauer überschritten. Erst durch ihr Sammeln und der Aufladung von Bedeutung durch Paolozzis Enthusiasmus und Verlegung in einem anderen Kontext wurden die Bilder dieser Magazine wieder lebendig.⁹⁹

Interessant ist hier wie sich der Kreis schloss, der in Paolozzis Kindheit begonnen hatte: Was ihn von Anbeginn an am Surrealismus fasziniert hatte, waren die unkonventionelle Materialien und Bilder gewesen die die Surrealisten als Quelle benutzten und kontrastierten; eine Verfahrensweise die ihn an die Bildersprache der frühen Massenkultur und seine Faszination für die Bilder von Filmstars, die er schon als Kind in Notizbücher geklebt hatte, erinnerte: „To my eye (surrealism) was a happy return to my familiar Scottish street culture, to the cigarettes and film stars pasted in scrapbooks during my childhood“, so Paolozzi.¹⁰⁰ Und der Surrealismus ließ ihn wieder zu den Bildern der Massenkultur zurückfinden.

Kurz nach dem sich Paolozzi an die Arbeit des Collagenklebens gemacht hatte, besuchte ihn der befreundeter Künstler William Turnbull; beide machten sich ohne zu Zögern an Sammeln von Bildmaterial; ihre Aufmerksamkeit wurde sehr bald auf die Ähnlichkeit dieser Bilderflut

⁹⁴ Vgl. Lothar Fischer, Max Ernst, Reinbeck bei Hamburg 1969, 155

⁹⁵ Eduardo Paolozzi im Gespräch mit Alvin Boyarski, Mai 1984, in: Spencer, 315

⁹⁶ Vgl. Eduardo Paolozzi, Retrospective Statement, in: Robbins, 192

⁹⁷ Hal Foster, Image Building, Artforum Oktober 2004, <http://www.artforum.com/inprint/id=7661>

⁹⁸ Vgl. Rosalind E. Krauss, Die fotografischen Bedingungen des Surrealismus, in: Krauss, Herta Wolf (Hrsg.), Die Originalität der Avantgarde und andere Mythen der Moderne, Amsterdam, Dresden 2000, 143

⁹⁹ Vgl. Robin Spencer, Introduction. A Language for the Translation of Experience, in: Spencer, 23

¹⁰⁰ Paolozzi, Retrospective Statement, in: Robbins, 192

mit Collagen gelenkt: „We’d collected images (my studios walls were covered with them). Magazines were an incredible way of randomizing one’s thinking (...) – food on one page, pyramids in the desert o the next, a good-looking girl on the next; they were like collages“, wie Turnbull bemerkte.¹⁰¹ Die Beobachtungen Paolozzis und Turnbolls ähnelten sicher nicht zufällig jenen, die Max Ernst nach eigener Datierung schon 1919 gemacht hatte...

An einem Regentag in Köln am Rhein erregt ein Katalog einer Lehrmittelanstalt meine Aufmerksamkeit. Ich sehe Anzeigen von Modellen aller Art, mathematische, geometrische, anthropologische, zoologische, botanische, anatomische (...) und so fort, Elemente von so verschiedener Natur, dass die Absurdität ihrer Ansammlungen blickverwirrend wirkte, Halluzinationen hervorrief, den dargestellten Gegenständen neue, schnell wechselnde Bedeutungen gab.¹⁰²

Max Ernsts Arbeit war ein „dadaistischer Spaß an der paradoxen Umstellung des Konsum-Kultur- und Wissensmülls“, genauso offenbarte sie aber auch seine „Betroffenheit über die nicht mehr erfassbare Fülle des Sichtbaren und der Kombinatorik von Sichtbarem“, wie Werner Spies bemerkt.¹⁰³ Die verwirrende Wirkung der Bilderflut dieser Kataloge auf Ernst fand eine Fortsetzung in Paolozzis und Turnbolls Faszination für die amerikanischen Zeitschriften: „The American Magazine represented a catalogue of an exotic society, bountiful and generous“ (Paolozzi).¹⁰⁴ Sie (wieder-)entdeckten nun in der von den Magazinen erzeugten Bilderflut das Phänomen des “Randomizing”, des zufälligen Nebeneinanders, das mit der Auflösung von Narrativen einherging; diese Zufälligkeit ist nun nicht zuletzt Teil der Logik die der Kulturindustrie innewohnt, und heute mehr den je ihre Ästhetik bestimmt.¹⁰⁵ Auch nach der Überzeugung Alloways war es nun unausweichlich von den Massenmedien und ihrer praktizierten Assimilation fremder Elemente, Rollenübernahme, das Benützen neuer Objekte, von wechselnden Beziehungen, selbst zu lernen: „The mass media give perpetual lessons in assimilation, instruction in role-taking, the use of new objects, the definition of changing relationships (...).“¹⁰⁶

¹⁰¹ William Turnbull, Notes from a conversation, 23 February 1983, in: Robbins, 21

¹⁰² Max Ernst, Biographische Notizen. Wahrheitgewebe und Lügengewebe, in: Werner Spies (Hrsg.), Max Ernst. Retrospektive zum 100. Geburtstag, München 1991, 290

¹⁰³ Spies, Max Ernst. Retrospektive zum 100. Geburtstag, 82

¹⁰⁴ Eduardo Paolozzi, Retrospective Statement, in: Robbins, 192

¹⁰⁵ Foster, *On the First Pop Age*

¹⁰⁶ Alloway, The Arts and the Mass Media, in: Madoff, Pop Art, 8

Paolozzi bezeichnete seine Arbeiten (die ersten Manifestation einer Kunstrichtung die später als Pop Art in die Kunstgeschichte eingehen sollte, auch wenn sich Paolozzi gegen diese Einordnung sträuben sollte) als “Bunk!-Collages.” Der Titel war als eine ambivalente Hommage an Henry Ford¹⁰⁷ und dessen Ausspruch „History is Bunk“ von 1916¹⁰⁸ („Geschichte ist Blödsinn“) intendiert. Er mutet aber gleichermaßen wie eine Anspielung auf die Reaktionen auf die antitraditionelle Ästhetik einer neuen Massenkultur an, zu der Fords Innovationen einen entscheidenden Impuls gegeben haben, eine Ästhetik die für viele eben nichts anderes war als „Bunk“ der nicht der künstlerischen Auseinandersetzung wert war: „It is important to say that at the time, when I showed this material to anyone, it raised a smile (...)“, wie sich Paolozzi dazu erinnerte.¹⁰⁹



Abb.1: Eduardo Paolozzi, I was a Rich Man's Plaything, c. 1947

Die Bilder der Massenmedien, waren noch zu radikal um als Alternative zum modernistischen Kanon erkannt zu werden. Paolozzi bemerkte später, dass er den Titel als Deklaration gegen die Verdrängung der alltäglichen Lebenswelt verstanden hatte ...

¹⁰⁷ Vgl. Foster, On the First Pop Age

¹⁰⁸ Vgl. Funcke, 248

¹⁰⁹ Paolozzi, Retrospective Statement, in: Robbins, 191

It was (...) deliberately the kind of anti-art thing. (...) There was a sort of idea - that was the whole Independent Group idea - that there were other valid considerations about art besides aesthetic ones. (...) It was like trying to discern the actual culture in terms of one's actual society, one's actual surroundings, one's actual intake of ideas. It was a way of treating art on a very serious level. Because, you simply can't spend the rest of your life moving shapes and colours around, really.¹¹⁰

Paolozzi sprach auch hier die Sackgasse an, in die der *high modernism* unter den Vorzeichen seiner Ideologisierung abgeglitten war und es zunehmend schwieriger machten in seinem Rahmen zu experimentieren. "Establishment art and high culture became such an exclusive preserve of a dominant elite that experimentation within its frame (with for example, new forms of perspectivism) became increasingly difficult, except in relatively new aesthetic fields such as film (...)".¹¹¹ Er gelangte mehr und mehr zu der Überzeugung, dass sich die Künste nicht mehr in den täglichen visuellen Einflüssen zu versperren, die visuelle Wahrnehmung nicht mehr so weit zu filtern sollten, bis nur noch abstrakte Formen als Material übrig blieben, die in seinen Augen nicht mehr als „Dekoration“ waren – „eine der wenigen Funktionen, die der Kunst verblieben sind“ (Hamilton).¹¹² Es galt nun die Kunst über die Ästhetik hinaus auf das tägliche Leben auszudehnen und auch die Kultur und Gesellschaft außerhalb der als beengend empfundenen, klar abgesteckten ästhetischen Grenzen des *high modernism* Teil des Blickfelds werden zu lassen, etwas das Dadaisten wie Max Ernst schon in den 1920er Jahren erprobt hatten. Ernst war nach Werner Spies „der erste Künstler, der das gesamte, ihm verfügbare Inventar der Welt als gleichrangiges Material befragt hat. Unterschiede zwischen ästhetisch und nicht-ästhetisch, wertvoll oder banal spielen bei der Wahl keine Rolle.“¹¹³ Unter dem Eindruck von Ernsts frühen Arbeiten, die in Europa zu dieser Zeit weitgehend ignoriert wurden¹¹⁴, war die Ausweitung des Rahmens auf die Bildwelt der Massenmedien für Paolozzi zu einer plausible Konsequenz geworden: „I was looking at the sources itself as worthy of serious analysis. To me this alternative culture had – and has – more energy and excitement than official culture.“¹¹⁵ Wie Bettina Funcke anmerkt, wurde „diese gleichwertige Verwendung unterschiedlicher Bildquellen (...) als spezifische Wahrnehmung und

¹¹⁰ Eduardo Paolozzi, Carol Hogben und Elizabeth Bailey, *About Prints: The Artist Talking at an Interview*, 1973, in: Spencer, 225

¹¹¹ Harvey, 37

¹¹² „POP: Kunst vom Feinsten“, in: Charles Harrison, Paul Wood, Sebastian Zeidler (Hrsg.), *Kunsttheorie im 20. Jahrhundert*, Band II, Stuttgart 1998, S.890

¹¹³ Vgl. Werner Spies, *Max Ernst 1950-1970: die Rückkehr der Schönen Gärtnerin*, Köln 1971/ Überarbeitete Neuausgabe 2000, S. 42

¹¹⁴ Uwe M. Schneede, Paolozzi, Hatje, Stuttgart, 1970, 10

¹¹⁵ Paolozzi, *Retrospective Statement*, in: Robbins, 193

Verfahrensweise zum zentralen Instrument der Pop Art”¹¹⁶, und darüber wurde hinaus wurde das „Sammeln und Kuratieren (...) [zu] legitime[n] Formen künstlerischer Praxis“ und ist bis heute eine zentrale künstlerische Strategie¹¹⁷ - nicht zuletzt auch im Kontext der Massenmedien.

Im April 1952 bestritt Paolozzi mit seinen aus Paris mitgebrachten und neuen Collagen einen abendlichen Vortrag mit dem Titel „Bunk!“ im *Institute of Contemporary Arts*, der nun im Rückblick als Beginn der Arbeit der *Independent Group* gewertet wird, „a demonstration that underwrites the distinctive method of the IG, an anti-hierarchical juxtaposition of archival images disparate, connected, or both at once“, so Foster.¹¹⁸ In diesem Vortrag führte Paolozzi seine in Paris entwickelte Technik des zufälligen Nebeneinanders, des „Randomizing“ von verschiedenartigsten Bildern der US-Magazine vor, in dem er die Collagen mit einer Art Overhead-Projektor, einem *epidiascope*, an die Wand projizierte. Ein kleiner Teil der Besucher war vor Begeisterung außer sich, die meisten jedoch stellte offen ihre Entrüstung über Paolozzis Pop-Ikonografie durch abschätziges Lachen zur Schau: „The reaction to my „BUNK“ lecture was one of disbelief and some hilarity. Material treated by all of us as interesting „sources“ of ideas was still regarded as banal” (Paolozzi).¹¹⁹ Dazu fing das antiquierte Epidiascope auch noch einige Male Feuer („adding a further element of excitement to a surprising and iconoclastic evening“, wie sich Dorothy Morland erinnert).¹²⁰ Richard Hamilton merkte auch später an, dass der Bildausschnitt des *epidiascope* zu begrenzt war, um Paolozzis komplette Collagen zu projizieren, und die Besucher des Vortrags sich nur mit den Einzelelementen begnügen mussten, d.h. mit den puren Bildern der Massenmedien: „One was not aware that they were Collages, we were looking at the originals.“¹²¹ Was die Wirkung dieser Bilder noch unmittelbarer, isolierter und zusammenhangsloser machte und die Verwirrung der Besucher dieses unorthodoxen Vortrags steigerte, war dass Paolozzi die ungeordnete, zufällige Bilderflut ohne viel Kommentar, nur mit wenigen lakonischen Äußerungen wie mit „This is better; it’s bigger“¹²² wirken und so die gewohnten narrativen Elemente in seinem Vortrag vermissen ließ. Das Ergebnis war die Rekreation der Wirkung des „Randomizing“ der massenmedialen Bilderflut, die den Unmut des Publikums hervorrief. „I thought it was largely because the visual wasn’t introduced and argued (in a linear

¹¹⁶ Funcke, 250

¹¹⁷ Ebda.

¹¹⁸ Foster, *On the First Pop Age*

¹¹⁹ Eduardo Paolozzi, Retrospective Statement, in: Robbins, 192

¹²⁰ Dorothy Morland, Retrospective Statement, in: Robbins, 191

¹²¹ Richard Hamilton im Gespräch mit Jürgen Jacob, High Wycombe, 26. April 1979, in: Jacob, S.176

¹²² Vgl. Robbins, 20

way) but shovelled shrivelling in this white hot maw of the epidiascope (...) the lack of agreement in the air must have been antagonistic and at last vicious“ (Henderson).¹²³

Im Großbritannien dieser Nachkriegsjahre stellte Paolozzis Vortrag ein rares Ereignis dar, denn es war außergewöhnlich für Künstler, Architekten und Kunsthistoriker sich jener Zeit mit den Bildern und Phänomenen der amerikanischen „Popular Arts“ affirmativ auseinanderzusetzen.¹²⁴ Besonders Alloway beklagte diese Allgemeine Ignoranz des Establishments im Großbritannien der 50er Jahre angesichts der virulenten Mediatisierung der Öffentlichkeit. Die Entwicklungen in den *Popular Arts* wurden an Universitäten aber auch im Journalismus verleugnet, besonders in der Kunstkritik. Alloway bemerkte dass viele seiner Kritikerzeitgenossen eine Art Doppelleben führen würden - ihre private Begeisterung für Science-Fiction oder Detektivromane wurde in ihrem seriösen, ernsten Texten vollkommen verdrängt und ignoriert.¹²⁵ Genauso kritisierte er die Erziehung an den Universitäten, die unter denselben Vorzeichen ablief... „The university (...) maintained a class- or education-bound dislike of popular culture. (...) Most universities have the function of intervening in students' lives, to censor and judge vernacular culture, the culture with which one grows up. (...) This is a form of the ongoing distinction between high and low style.“¹²⁶ Leute wie Alloway und Paolozzi wollten diese Interessensbereiche für sich nicht mehr trennen: „For me, however, the consumption of popular art (industrialized, mass produced) overlaps with my consumption of fine art (unique, luxurious). (...) My sense of connection with the mass media overcame the lingering prestige of aestheticism and fine art snobbism“.¹²⁷ Auch die Reaktionen auf Paolozzis Vortrag illustrieren nun wie schwer es noch war diese damals äußerst radikalen Ideen zu Beginn der 50er Jahre zu verbreiten, Ideen die so wichtig für die Sehweise, Kunst, den kulturellen Wandel der 60er Jahre werden sollten. Alloways Zugang, der die allgegenwärtige Massenästhetik genauso hoch wertete wie die „Fine arts“, musste aber selbst noch in der *Independent Group* erst langsam einsickern. Dies geschah nicht zuletzt unter dem Eindruck von Paolozzis Arbeit.

Paolozzi setzte bald mit einigen Freunden, die alle von Anfang an für seine Ideen viel Sympathie zeigten - dem Architektenpaar Alison und Peter Smithson und dem Fotograf Nigel Henderson und seiner Frau Judith – seine Ansätze in einer Ausstellung um die mit *Parallel of*

¹²³ Nigel Henderson, Notes written in response to Peter Karpinski, *The Independent Group 1952-1955 and the Relationship of the Independent Group's Discussions to the work of Hamilton, Paolozzi and Turnbull 1952-1957*, B.A. dissertation, Leeds University, 1977, zitiert in: Robbins, 21

¹²⁴ Vgl. Massey, S.77

¹²⁵ Lawrence Alloway, Personal Statement, Ark 19, Spring 1957, wieder veröffentlicht in Robbins, S. 165

¹²⁶ Alloway, *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*. Notes, in: Robbins, S.51

¹²⁷ Alloway, Personal Statement, in: Robbins, 165

Life and Art betitelt wurde.¹²⁸ Das Projekt Paolozzis und seiner Freunde kann man als Fortsetzung bzw. als Gegenentwurf zu zwei weiteren zeitgenössischen, modernistischen Projekten verstehen, die sich auch mit der Bilderflut der Massenmedien, den Phänomenen der fotografischen Reproduktionen befassten. Das eine war das „musée imaginaire“ des Schriftstellers (und späteren umstrittenen Kulturministers der Regierung Charles de Gaulle) André Malraux, das andere die Ausstellung „The Family of Man“ des Fotografen Edward Steichen. Die Idee eines imaginären Museum formulierte Malraux zunächst in seinem gleichnamigen Text „Le musée imaginaire“ (Das imaginäre Museum, 1947) und einem weiteren, „Les Voix du silence“ (Die Stimmen der Stille, 1951). Malraux' Museum stellte ein universalistisches, utopisches Projekt dar, das alle nur erdenklichen künstlerischen Arbeiten, in Form von fotografische Reproduktionen beinhalten sollte: „Any work of art that can be photographed can take its place in Malraux's super-museum“ (Douglas Crimp).¹²⁹ Die Fotografie ermöglichte es nun „das Kunstwerk wesentlich radikaler zu rekontextualisieren“¹³⁰ als dies im traditionellen Museum geschieht. Mit diesem Einlass zu diesem „virtuellen“ Museum findet nun nicht nur eine Vervielfältigung der Diskurse statt; die Fotografie sollte allerdings auch das verschiedenartige Quellenmaterial vereinheitlichen, so Malraux: „[Die] Schwarz-Photographie [bringt] eine gewisse ‚Verwandtschaft‘ ihrer voneinander sonst noch weit entferntesten Darstellungsobjekte zustande. (...) Sie verlieren ihre Farbe, ihre Materie (die Skulptur auch einiges von ihrem Volumen), ihr Format. Damit verlieren sie alles Spezifische zugunsten einer Stilgemeinsamkeit.“¹³¹ Dies geschah mit dem Anordnen von Ausschnitten, Vergrößerungen (also „Blowups“), die die einzelnen Kunstwerke so fragmentierten, dass Gemeinsamkeiten leichter gezeigt, wenn nicht sogar konstruiert werden konnten, ein universalistisches, übersichtliches Narrativ geschaffen werden konnte. Malraux' Museum basierte nicht zuletzt auf Walter Benjamins Text „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner mechanischen Reproduzierbarkeit“.¹³² Malraux' Sicht der Dinge in Bezug auf die durch die fotografische Reproduktion hervorgerufene visuelle Revolution unterschied sich jedoch in einem Punkt von den Thesen Benjamins: „Wenn für Benjamin die Reproduktion die Tradition zertrümmert und die Aura liquidiert, so ist sie für Malraux das Mittel, um die Bruchstücke wieder zu einer Metatradition des Stils zusammenzusetzen, einem neuen imaginären Museum, dessen Thema die Family of Man ist – wobei gerade der freigesetzte

¹²⁸ Massey, 57

¹²⁹ Douglas Crimp, On the Museum's Ruins, in: Hal Foster (Hrsg.), The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture, Seattle/Washington 1983, S.50

¹³⁰ Rosalind Krauss, Das Schicksalsministerium, in: Herta Wolf (Hrsg.), Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters, Frankfurt am Main 2002, S.390

¹³¹ André Malraux, Psychologie der Kunst. Das Imaginäre Museum, Genf/ Baden-Baden, 1947 und 1949, S.16

¹³² Vgl. Rosalind Krauss, Das Schicksalsministerium, in: Wolf, S.391

Strom der liquidierten Aura [d.h. die Bilderflut] den Fragmenten die Möglichkeit gibt, miteinander im Fluss der Geschichte zu schwimmen (...).¹³³ Die Fotografie egalisiert den neu montierten Inhalt allerdings nur so lange, da sie als Übersetzungsmedium dieser Objekte das Zusammenhänge und damit ein Narrativ herstellen muss (wie z.B. bei Bildvergleichen); wird sie jedoch als eigenständiges Objekt Teil des Museums, kommt eine Heterogenität ins Spiel, die Malraux' hochmodernistischen Kontext wieder untergräbt und auflöst.¹³⁴

Wie schon Foster andeutet, fand Malraux' Museum nun auch eine Parallele mit der Ausstellung „The Family of Man“ (nur zwei Jahre nach „Parallel of Life and Art“, 1955). „The greatest photographic exhibition of all time“ (wie auf dem Titelblatt des Ausstellungskatalogs zu lesen ist)¹³⁵ war ein Projekt des berühmten Malers, Fotografen und Leiter der Fotoabteilung des Museum of Modern Art in New York City, Edward Steichen, das er für das Museum konzipiert hatte. „The Family of Man“ stellte nun nach Allen Sekula einen „massive[n] und aufgeblasene[n] bürokratische[n] Versuch“ dar, „den fotografischen Diskurs zu universalisieren.“¹³⁶ Die Bilderflut der Fotografie wurde von Steichen als universelle Sprache ausgelegt, die – wie auch in Malraux' Museum – mit Bildvergleichen und -gegenüberstellungen eine narrative Folge über eine vereinte, universale „Menschheitsfamilie“ kreieren sollte. Schon im Vorwort des Dichters Carl Sandburg wird die Egalisierung (die damit noch weiter zu gehen scheint als in Malraux' *musée imaginaire*) auf die Spitze getrieben: „There is only one man in the world/ and his name is All Men. There is only one woman in the world/ and her name is All Women. There is only one child in the world/ and the child's name is All Children.“¹³⁷

Verschiedenste, ihrem spezifischen Kontext entrissene Fotografien bedeutender Fotografen wie beispielsweise Cartier-Bresson, Brassai, Lange, Callahan, Eugene Smith, Brandt, und Ansel Adams (um hier nur einige zu nennen), die zuvor oft für Magazine in den USA wie *Life* oder auch für die berühmte, von Capa und Cartier-Bresson gegründete Fotoagentur Magnum entstanden waren, wurden von Steichen und seinen Mitarbeitern mit Textzitaten in ein universalistische Erzählung verwoben. Im begleitenden Katalog setzte die Erzählung mit dem Bild des „Universums“, einem Sternennebel und dem Zitat „And God said, let there be light“ aus der Genesis ein, und setzte sich mit einer Bildfolge mit Fotografien zu den Themenbereichen „Geburt“, „Mutterschaft“, „Arbeit“, „Glaube und Gebet“ fort, um

¹³³ Hal Foster, Archiv ohne Museen, in: Herta Wolf (Hrsg.), *Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters*, Frankfurt am Main 2002, S.443f.

¹³⁴ Vgl. Douglas Crimp, *On the Museum's Ruins*, in: Hal Foster (Hrsg.), *The Anti-Aesthetic*, S.50

¹³⁵ Edward Steichen (Hrsg.), *The Family of Man*, New York 1955

¹³⁶ Allen Sekula, *Der Handel mit Fotografien*, in: Wolf, 277

¹³⁷ Edward Steichen (Hrsg.), *The Family of Man*, New York 1955, S.4

schließlich auf zwei Seiten Bilder von „Ehepaaren“ aus allen Teilen der Erde zu zeigen, die unter dem Slogan Ovids „We two form a multitude“ vereint wurden und zu der nächsten Doppelseite überleitete; ein Bild des Plenums der Vereinten Nationen, als Vertreter dieser Menschheitsfamilie.¹³⁸ An der Ausstellungsgeschichte wird nun auch die Widersprüchlichkeit des ihr innewohnenden Narrativs, das Auseinanderklaffen der beschworenen Egalität und den tatsächlichen Geschehnissen erkennbar, die sich hinter den Kulissen dieser vergrößerten Fotos abspielten - etwas das für die verdrängte dunkle Unterseite der Kultur und auch der Verbreitung der amerikanischen Massenkultur galt (und mehr denn je gilt), wie Jameson bemerkt: „the underside of culture is blood, torture, death, and terror“.¹³⁹ *Family of Man* wurde nicht zuletzt auch in Ländern gezeigt, die kurz zuvor Machtpolitik der USA zu spüren bekamen; die „visuelle Alphabetisierung“ (wie Sekula das Projektziel bezeichnete) bekam nun „einen bitteren Beigeschmack“.¹⁴⁰ Die beschworene Idylle der Ausstellung demaskierte sich so als die eines „familienbezogenen Konsumismus“¹⁴¹ einer „glatt funktionierende[n] internationale[n] Marktwirtschaft“.¹⁴² Man konnte auch beim Eingang der Halle einen großen Globus bewundern, um den Flaschen des Hauptsponsors Coca-Cola kreisten - als „Antwort auf die technologische Herausforderung es Sputnik“¹⁴³, oder auch als Verkörperung der amerikanischen Massenkultur, deren globale Bilderflut kaum aufzuhalten war, und die wie „The Family of Man“ in den kleinsten Winkel des Globus drang. *Family of Man* stellte nun nichts anderes dar als „eine Huldigung an die Fähigkeit der Massenmedien, die ganze Welt in familiären und intimen Formen darzustellen“.¹⁴⁴ Sie beschwor so die Bildästhetik der amerikanischen Magazine herauf, allerdings ohne die „Kategorie[n] der Moderne“ (wie die des „einsamen Autors“) aufzugeben – und genauso wurde letzthin in *Family of Man* die in den Magazinen übliche Zufälligkeit der Bilderflut in eine lineare Erzählung mit Anfang und Ende umgeformt.¹⁴⁵ Für einen skeptischen Betrachter dieser Fotoerzählung fällt sofort der mythische, vereinfachende Aspekt ins Auge, der von diesem Narrativ getragen wurden, und schon von Roland Barthes heftig kritisiert wurde, nach dem er die Ausstellung in Paris besucht hatte. Angesichts *Family of Man* kam Barthes zum Schluss, dass es unmöglich wäre unter die Oberfläche der Fotografie(n) zu dringen, und bei näherer Betrachtung irgendeine neue Erkenntnis durch die Fotografie zu gewinnen. Dies wurde gerade in ihrer künstlichen,

¹³⁸ Vgl. Edward Steichen (Hrsg.), *The Family of Man*, S. 182ff.

¹³⁹ Jameson, Fredric Jameson, *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham 1991, S.5

¹⁴⁰ Sekula, in: Wolf. S.280f.

¹⁴¹ Ebda. S.277

¹⁴² Ebda.282

¹⁴³ Ebda.281

¹⁴⁴ Ebda.

¹⁴⁵ Vgl ebda.

konstruierten, narrativen Anordnung mit Anfang und glücklichem Ende offensichtlich: „Wir werden an der Oberfläche einer Identität festgehalten und durch Sentimentalität gehindert, in den späteren Bereich der menschlichen Verhaltensweisen einzudringen, wo die historische Entfremdung jene ‚Unterschiede‘ schafft, die wir schlicht und einfach ‚Ungerechtigkeiten‘ nennen. (...) Das Scheitern der Photographie scheint mir hier flagrant. Den Tod oder die Geburt noch einmal sagen, lehrt wörtlich gar nichts.“¹⁴⁶ „The Family of Man“ nahm hier nun „problematische, aber ideologisch bequeme Mittelposition zwischen den Konventionen der künstlerischen Moderne und denen der Massenkultur“, wie auch Sekula feststellt.¹⁴⁷

Im Gegensatz zu der mythischen Universalität die in den modernistischen Projekten Malraux' und Steichens beschworenen worden war, war es exakt diese beunruhige, unübersichtliche Heterogenität der massenmedialen Bilderflut die die Künstler und Theoretiker der *Independent Group* faszinierte.¹⁴⁸ Das Ergebnis der Arbeit Paolozzis, der Hendersons und Smithsons in der diese Faszination zu Tage trat, war eine für die kommenden Jahre (und Jahrzehnte) wegweisende Ausstellung in den Räumen des *Institute of Contemporary Art* mit dem bezeichnenden Titel *Parallel of Life and Art*, die im September 1953 eröffnet wurde. Der anti-hierarchische Zugang zu Bildern, die verwirrende Überfülle an Bildmaterial und die unkonventionelle Aufmachung¹⁴⁹ waren nun ganz die Fortsetzung der Methode von Paolozzis Bunk!- bzw. *epidiascope show*. In den Worten Alloways: „The range of photographic sources was suddenly exploded.“¹⁵⁰

Die Idee, dass sich Kunst nicht abgeschottet in einem Elfenbeinturm befinden würde, in einem Vakuum, sondern in direktem Bezug zum Leben, zur Wissenschaft und Technologie stand¹⁵¹, und sich angesichts der neuen Technologien und von ihnen neu geschaffenen Bildern erneuern musste, wurde mit „Parallel“ umgesetzt und weiterentwickelt. Wie es Nigel Henderson auf den Punkt brachte: „We did not think that art came from art. Art had to renew itself out of the particular unique aspects of life that kept coming forward and recharge and repoint the structure of art“.¹⁵² In den Blickpunkt traten nun die Techniken der Massenmedien, deren Botschaft nicht zuletzt die Transformation der Sehgewohnheiten war, die in einem größeren Kontext auch „psychische und soziale Folgen“ hinsichtlich der

¹⁴⁶ Roland Barthes, *Mythen des Alltags*, Frankfurt am Main 1964, S.17f.

¹⁴⁷ Sekula, in: Wolf, S.277

¹⁴⁸ Die Ausstellungsmacher hatten im Übrigen niemand anderen als André Malraux - dessen Text *Les Voix du Silence* von ihnen rezipiert wurde - als Eröffnungsredner für „Parallel of Life and Art“ vorgesehen, was sich aber nicht realisieren ließ. Vgl. Graham Whitman, *Parallel of Life and Art*, in: Robbins, 125

¹⁴⁹ Vgl. Alloway, *The development of British Pop*, in Lucy R. Lippard (Hrsg.), *Pop Art*, London, 1966/1967 und 1970, S. 29

¹⁵⁰ Ebda.

¹⁵¹ Vgl. Massey, 54

¹⁵² Jacob, S.176

Verstärkung und Beschleunigung von bereits existierenden Entwicklungen haben, wie Marshall McLuhan feststellte: „For the ‘message’ of any medium or technology is the change of scale or pace or pattern that it introduces into human affairs.”¹⁵³ McLuhan wies hier auf die Auswirkungen hin, den die neuen Technologien hatten: die allmähliche Veränderung der Wahrnehmungsmuster (die schon Max Ernst fasziniert beobachtet hatte): “The effects of technology do not occur at the level of opinions or concepts, but alter sense ratios or patterns of perception steadily and without resistance.”¹⁵⁴ Die Kamera, die diese Wahrnehmungsmuster verändert, tut dies, da sie nun anders als das menschliche Auge sieht, wie schon Benjamin festgestellt hat: „Es ist ja eine andere Natur, welche zur Kamera als zum Auge spricht; anders vor allem so, dass an die Stelle eines vom Menschen mit Bewusstsein durchwirkten Raums ein unbewusst durchwirkter wird.“¹⁵⁵ Was nun ins Spiel kommt um diesen für das menschliche Auge nicht sichtbaren Raum sichtbar zu machen ist die Verwendung der „Zeitlupe, Vergrößerungen“¹⁵⁶.

Judith Henderson wies in einem von ihr zur Ausstellung verfassten Text besonders auf die technischen Innovationen in der Fotografie hin die den Generationen zuvor nicht zugänglich gewesen waren: „Technical innovations such as the photographic enlarger, aerial photography, & the highspeed flash (...). Their products feed our newspapers, our periodicals and our films (...); and thus we have become familiar with material, and aspects of material, hitherto inaccessible.“¹⁵⁷ Für McLuhan war es hier besonders die allgegenwärtige Bildersprache der Werbung die die alltägliche Wahrnehmung beeinflusste; er fügte noch hinzu, dass alleine der Künstler sich dieser Veränderungen der Wahrnehmung bewusst ist: „The serious artist is the only person able to encounter technology with impunity, just because he is an expert aware of the changes in sense perception.”¹⁵⁸ Ziel der Ausstellungsmacher war es eine Spannung zwischen dem äußerst diversen und neuartigen Bildmaterial zu erzeugen, das besonders aus wissenschaftlichen und technischen Illustrationen, Sportfotografien, Fotos aus Zeitungen, und künstlerischen Arbeiten (nicht zuletzt auch von Henderson und Paolozzi selbst) – allerdings eben nur in Form von Reproduktionen¹⁵⁹ - bestand, und dieses veränderte, „neue Sehen“ in den Mittelpunkt zu rücken, das mit der massenmedialen Bilderflut entstanden war. Das Arrangieren der Bilder war äußerst arbeitsaufwändig und dauerte drei bis

¹⁵³ Marshall McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man*, Abingdon/ New York, 1964/ 2001, S.8

¹⁵⁴ McLuhan, *Understanding Media*, S.19

¹⁵⁵ Walter Benjamin, *Kleine Geschichte der Photographie*, in: Walter Benjamin, *Medienästhetische Schriften*, Frankfurt am Main 2002, S.303

¹⁵⁶ Ebda.

¹⁵⁷ Judith Henderson, Skript zur Ausstellung „Parallel of Life and Art“, in: Jacob, S.177

¹⁵⁸ McLuhan, *Understanding Media*, S.19

¹⁵⁹ Vgl. Massey, 59

vier Tage; “by the time we’d strung up an awful lot of wire and hooks and got out of line and back into line and so on, we’d built up a pretty good nervous tension,” wie sich Henderson erinnerte.¹⁶⁰ Da die Bilder, die Vergrößerungen („Blow-Ups“) im Raum verteilt hängen, kam der Blick nie zur Ruhe. “The images were blown up photographically and hung on the gallery walls, from the ceiling, and as screens to surround the spectator environmentally. The maze form made it possible to create a non-hierarchic profusion of images from all sources.”¹⁶¹



Abb.2. Parallel of Life and Art, Institute of Contemporary Arts, London 1953

Hier wirkten die visionären Arbeiten Max Ernsts für Paolozzi als wichtiger Impulsgeber, die wie jene der Ausstellungsmacher schon wie eine Illustration der These McLuhans wirke, das einzig und allein der Künstler fähig wäre als erster die Veränderung der Wahrnehmungsmuster zu bemerken. Indem er „neben inhaltlich-logisch unverbundenen Materialien auch gleichzeitig kulturelle und technische aufeinandertreffen [ließ]“ hatte schon Max Ernst eine „Kulturelle Dissonanz“ der Bilderflut zu erzeugen versucht, die der Betrachter provozieren sollte.¹⁶² Anders als Malraux, der sich nun von den fotografischen Reproduktionen seines imaginären Museums eine utopische Egalisierung erhoffte, „persifliert Max Ernst damit (...) den Museumsgedanken, der eine kulturelle Collage gestattete, weil die Logik des Guten, Schönen das Trennende der Stile abbaut.“¹⁶³ Paolozzi war hier genau auf einer Linie mit Ernst, in dem er gerade auf diese verwirrende „Dissonanz“ der massenmedialen Bilderflut fokussierte, die in „The Family of Man“ in eine Konsonanz umkonstruiert wurde. Was hier in den Blickpunkt geriet, waren Elemente „so verschiedener

¹⁶⁰ Nigel Henderson, Interview, 17 August 1976, zitiert in: Robbins, 25

¹⁶¹ Alloway, The development of British Pop, in Lucy R. Lippard (Hrsg.), *Pop Art*, London, 1966/1967/1970, 29

¹⁶² Vgl. Spies, Max Ernst – Die Rückkehr der Schönen Gärtnerin, 42

¹⁶³ Ebda.

Natur, dass die Absurdität ihrer Ansammlungen blickverwirrend wirkte, Halluzinationen hervorrief, den dargestellten Gegenständen neue, schnell wechselnde Bedeutungen gab“, wie es schon Ernst formuliert hatte.¹⁶⁴ In Parallel wurde nicht zuletzt auch MacLuhans Beobachtung, dass die neuen Medien wie Film von linearen Verbindungen zu Konfigurationen überleiten¹⁶⁵, umgesetzt. Diese intendierte „nervöse Spannung“ die mit einer pluralistischen Bilderflut kreierte wurde, übertrug sich offenbar ungehindert auf die Besucher der Ausstellung. Ein Besucher erinnerte sich noch drei Jahrzehnte später mit Begeisterung an die neuartige, direkte visuelle Wirkung der Ausstellung: „(...) It jumped around like anything. But it had just amazing images; things that one had never thought of looking at in that sort of way, in exhibition terms. And the juxtaposition of all those images! I was just knocked out by it.“¹⁶⁶

1.4 1956: This is tomorrow - Die Erschließung der Stadt und die Geburt der Pop Art

Diese Wirkung der von Pluralität geprägten Bilderflut, die der entscheidende Aspekt von *Parallel of Life and Art* gewesen war, sollte bei anderen Mitgliedern der Independent Group Eindruck machen und ihre Arbeit bestimmen. „We all had tack boards in our homes or our workspaces where we constantly pinned things up, removed things, and they were always in odd juxtapositions and we were making this relationship and contrast between them“¹⁶⁷, wie del Renzio bemerkte. Er wies auch darauf hin, dass diese Arbeit mit pin-ups, das spontane Erproben neuer Bildkombinationen, eine zentrale Idee der Gruppe darstellte: “This seemed to be something quite fundamental to Independent Group notions.”¹⁶⁸

Die IG wandelte sich in den Jahren 1953 bis 1955 immer mehr von einer „introvertierten“ Gruppe zu einer Plattform, die ihre Ideen der Öffentlichkeit vorstellte.¹⁶⁹ Doch kam es erst nach ihrer allmählichen Auflösung¹⁷⁰ zu einer Ausstellung, die einer gemeinsamen Präsentation am nächsten kam und oft als Geburtsstunde der Pop Art genannt wird: *This is Tomorrow*, die im August und September 1956 veranstaltet wurde - gerade eben in dem Jahr, in dem der *high modernism* in seiner US-Version mit einer Ausstellung „Modern Art in the

¹⁶⁴ Max Ernst, Biographische Notizen. Wahrheitgewebe und Lügengewebe, in: Spies, Max Ernst, Retrospektive zum 100. Geburtstag, 290

¹⁶⁵ Vgl. MacLuhan, 13

¹⁶⁶ Ron Herron, Interview, 10 January 1983, in: Robbins, 25

¹⁶⁷ Toni del Renzio über die Ausstellung der *Group Twelve* von *This is Tomorrow*, Interview, 17 March 1982, zitiert in: Robbins, S.37

¹⁶⁸ Ebda.

¹⁶⁹ Vgl. Hamilton im Gespräch mit Obrist, *Pop Daddy*

¹⁷⁰ Vgl. Massey, 96

United States“ (im Januar 1956)¹⁷¹ in der Tate Gallery mit Arbeiten des Abstrakten Expressionismus offizielle Anerkennung erfuhr.¹⁷² Mit diesen zwei Ausstellungen wurden nun die beiden Kulturen der USA in London präsentiert: Der *high modernism* und die mediatisierte Massenkultur, die nun in den USA und Europa als Essenz westlicher Kultur gefeiert wurden und die nicht zuletzt auch im Kontext des Kalten Krieges als ein ideologisches Instrument der USA gesehen werden müssen, wie Harvey bemerkt: „What was distinctively American had to be celebrated as the essence of Western culture. And so it was with abstract expressionism, along with liberalism, Coca-Cola and Chevrolets, and suburban houses full of consumer durables.“¹⁷³

Anders als „Modern Art in the United States“ in der Tate Gallery wurde *This is Tomorrow* in der *Whitechapel Art Gallery*, abseits vom Establishment im East End gezeigt, als Ergebnis der Arbeit von Zwölf Gruppen, die unabhängig voneinander ihre Räume gestalteten.¹⁷⁴ Ein Teil der Gruppen waren Vertreter der „orthodoxen, abstrakten Kunst“¹⁷⁵, deren Arbeit sich an den Ideen des Bauhauses orientierte.¹⁷⁶ Am anderen Ende befanden sich „the image-makers of the IG“¹⁷⁷ wie das schon erprobte Team Paolozzi, Henderson und die Smithsons. Sie gestalteten ein Installation mit dem Titel „Patio und Pavilion“, eine Collage aus Tonscherben und Steinen, einem Fernsehapparat und anderen Objekten; „eine Analyse des gegenwärtigen Zustands der Kultur, (...) die sich noch in den Scherben des zweiten Weltkriegs befand und kurz davor war, von den Produkten der aufkommenden Massenkultur überschwemmt zu werden.“¹⁷⁸ Die Gruppe, die sich jedoch am meisten hervortat war die *Group Two*, zu der McHale und Hamilton gehörten. Ihre Installation wurde sofort als die weitaus erfolgreichste angesehen¹⁷⁹, und sie ist auch diejenige, die das noch immer das gängige Bild von *This is Tomorrow* weitgehend beeinflusst. Zur Gestaltung ihres Raumes waren sich Hamilton und seine Mitstreiter schnell einig gewesen: „We agreed that the show should represent the things that we’d talked about in the Independent Group, like Pop Art (...).“¹⁸⁰ Hamilton hatte hier jedoch noch nicht eine Kunstströmung im Sinn, sondern die „Popular Arts“ der Massenmedien. Es formte sich so in Folge die Transformation der „visuellen Umgebung“ als *das* Gestaltungsmoment der Räume der *Group Two* heraus: „The idea was that were certain

¹⁷¹ Vgl. Chris Stephens und Katharine Stout, *Art and the 60s. This was Tomorrow*, London/ New York, 2004, 10

¹⁷² Vgl. Massey, 62

¹⁷³ Harvey, 37

¹⁷⁴ Vgl. Robbins, S.135

¹⁷⁵ Vgl. Lawrence Alloway, Press release für *This is Tomorrow*, 1956, in: Robbins, S.37

¹⁷⁶ Vgl. Stephens und Stout, 10

¹⁷⁷ Alloway, *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*, in: Robbins, 52

¹⁷⁸ Funcke, 251

¹⁷⁹ Vgl. Robbins, 139

¹⁸⁰ Vgl. Hamilton im Gespräch mit Obrist, *Pop Daddy*

things that were new in our visual environment, such as cinema, the jukebox, Marilyn Monroe and comics“.¹⁸¹



Abb.3. Richard Hamilton, Die Installation der Group Two im Rahmen von This is Tomorrow.

Das Inventar der Räume der Group Two gestaltete sich so nun äußerst vielfältig; es bestand beispielsweise aus einer „Cinemascope“-Tafel, die Bilder von Ikonen der „Popular Arts“, der Massenmedien, und besonders des Films collagierte; daneben gab es noch weitere Zitate aus Filmen die kurz zuvor in die Londoner Kinos angelaufen waren, wie beispielsweise ein „Blowup“ des berühmten Stills von Marilyn Monroe über dem Gitter eines U-Bahnschachts (aus Billy Wilders *The Seven Year Itch*, 1955), bedrohlich überragt von Pappfiguren eines Roboters, der ein Pin-Up in den Armen trug - zwei Protagonisten eines amerikanischen Science Fiction Films *Forbidden Planet* (1955). Ein wenig abseits dieser überdimensionalen Figuren hing eine Ikone aus dem Kontext des *high modernism*; eine Reproduktion von Van Goghs „Sonnenblumen“ (1884), die in der Londoner *National Gallery* verkauft wurde. Diese Reproduktion war die populärste eines Kunstwerks und möglicherweise noch populärer als die in der Nähe angebrachten Pop-Ikonen des Films, was die Unterschiede zwischen Populärer und hoher Kunst nun vollkommen verwischte.¹⁸² Mit Van Goghs Arbeit aus dem Kontext des *high modernism*, die in ihrer neuen multiplizierten Form von den Massenmedien assimiliert und verändert worden war, wird hier ersichtlich, dass die Ausstellungsmacher nicht

¹⁸¹ Ebda.

¹⁸² Vgl. Robbins, 139

auf die Auflösung des Unterschiedes zwischen „High“ und „Low“ zielten, so Funcke, „sondern die Beweglichkeit und Spannung“¹⁸³, dieser beiden Sphären vorgeführt werden sollte.

Die Ausstellungsmacher der *Group Two* gaben sich nicht nur mit der Präsentation von zweidimensionalen Collagen zufrieden, sondern setzten auch Ideen zur Gestaltung des Raumes um. Die Besucher der Ausstellung trafen auf ungewöhnliche Objekte wie eine überdimensionale Flasche Guinnessbier aus Pappe, oder einen Boden, der Erdbeerduft verströmte, wenn man auf ihn trat.¹⁸⁴ Dazu kamen auch optische Illusionen, die einen Teil des *environments* bestimmen sollten¹⁸⁵, wie ein *Fun House*, das von den Ausstellungsmachern auch als „optical illusion corridor“ bezeichnet wurde und mit Vergrößerungen geometrischer, optischer Illusionen, psychedelischer Muster ausgestaltet war¹⁸⁶, die nach Hamilton optische Irritationen hervorriefen, die vorgetäuschte Raumverzerrung fühlbar machten.¹⁸⁷ Teil dieser optischen Illustrationen und Objekte waren wieder Arbeiten aus dem Kontext des *high modernism* - wie Illustrationen aus den theoretischen Publikationen des Bauhauses¹⁸⁸ und Objekte aus dem Werk Duchamps vertreten: die „Rotoreliefs“, die McHale von Duchamp persönlich geschenkt bekommen hatte.¹⁸⁹ Ein weiteres Thema im *Fun House* war der Film; in den engen Räumen wurden Filmausschnitte auf Spiegeln und so um die Ecken projiziert; durch das „Raumverhältnis von Projektor-Spiegel und Projektion in der engen Raumsituation befand sich der Betrachter entweder als Schatten im projizierten Bild oder sah sich selbst im Spiegel mit den Filmen als Hintergrund“ - es war ihm so nahezu unmöglich den Filmen zu entgehen und nicht „selbst Teil von ihnen zu werden“¹⁹⁰. Die schon von Max Ernst beobachtete „blickverwirrende“, halluzinatorische Wirkung erlebte hier nun eine neue Stufe, in dem sie nun mit den Techniken des Films erzeugt wurde. Überdies befand sich in den Räumen auch eine bei den Besuchern äußerst beliebtes interaktives Utensil - eine Jukebox, die ohne Unterbrechung lief: „People could make a choice without putting money in; but this resulted in such constant use that you never got what you wanted, because your choice would play an hour later. There were all these games with sound, optical illusion and imagery.“¹⁹¹

Wie Alloway hervorheben sollte, stellten *environments* ein zentrales Element der Arbeit der Independent Group dar das schon mit der Gestaltung von *Parallel of Life and Art* in den

¹⁸³ Funcke, 227

¹⁸⁴ Vgl. Robbins, 139

¹⁸⁵ Vgl. Hamilton im Gespräch mit Obrist

¹⁸⁶ Vgl. ebda.

¹⁸⁷ Vgl. ebda.

¹⁸⁸ Vgl. Robbins, 31

¹⁸⁹ Vgl. Massey, 100

¹⁹⁰ Funcke, 239

¹⁹¹ Hamilton im Gespräch mit Obrist

Blickpunkt geraten war. In *This is tomorrow* wurde dieses Konzept weiter entwickelt und einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht.¹⁹² Die Ausstellung der *Group Two* sollte in direkter Konkurrenz zur Straße treten, in dem sie die Eigenschaften dieses urbanen Raums - das antihierarchische Nebeneinander von den verschiedenartigsten Objekten und Eindrücken - in den engen Räumen nachbildete: „The total effect of the crammed gallery of TIT made (...) the (...) exhibits participate in a drama of competing elements, analogous to the street outside.”¹⁹³ Das äußere *environment* und ihr „visuelles Chaos“ sollte damit in die Galerie, als Gegenentwurf zur der nach innen gerichteten Blick der modernistischen Ästhetik, verschoben oder erweitert werden.¹⁹⁴ Hamilton und seine Gruppe bediente sich nun der *popular culture* und ihrer *imagery*, die zu einem neuen Bestandteil der visuellen Umgebung geworden waren¹⁹⁵, indem sie der physischen Umgebung der Großstadt Proben („samples“) entnahmen und Simulationen der Umgebung der Strasse oder „simulations of the environment of the street“ in den Galerieraum fügten.¹⁹⁶ Sie erweiterten auf diese Weise die Strasse in Bereiche, zu der diese zuvor keinen Zugang gehabt hatte, wie Alloway in seinem Presstext zu der Ausstellung bemerkt: „The visitor will find the emphasis and the pride of achievement thrown back on himself, that the art of the future is for him to choose, for him to participate in, the doors of the Ivory Tower are wide open.”¹⁹⁷ Oder in den Worten eines beeindruckten Besuchers der Ausstellung, des Schriftstellers J.G. Ballard: “They liberated the external environment.”¹⁹⁸

Die Erweiterung der Strasse in den Galerieraum erwies sich als äußerst gelungenes Experiment: Klänge der unaufhörlich spielenden Jukebox und Objekte aus dem Kontext „Popular Art“ weckte die Neugier von Passanten, die gerade eben mal an der Galerie vorbeigingen (und es ihnen unter anderen Umständen möglicherweise nicht eingefallen wäre sie zu betreten), und lockte sie in die Räume der Galerie. Sie verweilten einige Zeit in dieser in der „Vergnügungsparkarchitektur“ („fun fair architecture“, wie Alloway sie charakterisierte)¹⁹⁹, die mit ihrer Überfülle an Bildern und optischen Spielen die Besucher nur schwer wieder losließ. In den weiteren Räume jedoch, die in ihrer Statik und Ruhe mehr konventionellen Kunstgalerien ähnelten, verlor sich ihr Interesse schnell und so verließen sie

¹⁹² Vgl. Lawrence Alloway, The development of British Pop, in Lucy R. Lippard (Hrsg.), *Pop Art*, S. 39

¹⁹³ Ebda.

¹⁹⁴ Vgl. Massey, 98

¹⁹⁵ Vgl. Hamilton im Gespräch mit Obrist, *Pop Daddy*

¹⁹⁶ Lawrence Alloway, The development of British Pop, in: Lippard, S.40

¹⁹⁷ Alloway, Press release for *This is Tomorrow*, in: Robbins, 37

¹⁹⁸ Speculative Illustrations: Eduardo Paolozzi in Conversation with J.G. Ballard and Frank Whitford, 1971, in: Spencer, 202

¹⁹⁹ Lawrence Alloway, The development of British Pop, S.40

die Ausstellung wieder; „people (...) drifted in off the street (...) and drifted out again“, so Reyner Banham.²⁰⁰

Wie auch in *Parallel of Life and Art* hatte auch hier wieder Dada, Duchamp oder auch Ernst Pate gestanden, der auch schon den „Zusammenprall von Realien (von Materiellem) mit sogenannten geistigen und kulturellen Gütern“ vorgeführt hatte und damit eine „äußerst provokative Wirkung zustande [gebracht hatte].“²⁰¹ Das Einbinden von Elementen und Objekten der Massenkultur in einem Kontext der zuvor nur der Kunst zugestanden wurde, erlebte hier seinen ersten Höhepunkt als „pluralistisches Paradies“, so Funke, „das sich klar von den totalisierenden Utopien des Modernismus unterschied.“²⁰²

Wie andere Projekte von Mitgliedern der IG, hinterließ *This is Tomorrow* bei vielen Besuchern einen bleibenden Eindruck. J.G. Ballard, ein Besucher der Ausstellung, erinnerte sich 15 Jahre später noch begeistert an die unmittelbare Wirkung in der Rekreation von alltäglicher Erfahrung in der urbanen Umgebung...

I remember going to the ‘This is Tomorrow’ exhibition (...), a long, long time ago. But if that show would be mounted now I think it would be as fresh and as revolutionary in many ways. (...) To go to the Whitechapel in 1956 and to see my experience of the real world being commented upon, played back to me with all kinds of ironic gestures, that was tremendously exciting.²⁰³

Mit dem von Hamilton und seinen Freunden gestalteten Raum wurde nun erkennbar, dass die Künstler ihre ideale Großstadt nun nicht als übersichtlich geplant, utopisch und absolut im Sinne der Moderne sahen, wie sie beispielsweise in Le Corbusiers „Cité radieuse“ oder auch in Piet Mondrians oder Fernand Legers Arbeiten interpretiert und imaginiert wurde.²⁰⁴ Hier wurde nun ein zentraler Aspekt ins Licht gerückt, der für die Pop Art so bedeutend werden sollte: die Affirmation des unübersichtlichen, verwirrenden Pluralismus, den die Großstadt bietet. Pop Art bedeutet, dass der Künstler mit einem Mal daran macht, die diversen Ressourcen des urbanen Lebens der Jahrhundertmitte als Quelle anzuerkennen.²⁰⁵ Für diese frühen Popkünstler war es eine mit Symbolen und sich widersprüchlichen Botschaften ausgestattete urbane Landschaft, die sich über Spiele, Menschenansammlungen und Mode

²⁰⁰ Reyner Banham im Gespräch mit John McHale, Mary Banham und Magda Cordell McHale, zitiert in: *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty*. Notes, S.135

²⁰¹ Spies, 42

²⁰² Funke, S.227

²⁰³ *Speculative Illustrations: Eduardo Paolozzi in Conversation with J.G. Ballard and Frank Whitford, 1971*, in: Spencer, 202

²⁰⁴ Vgl. Alloway, *The development of British Pop*, in Lippard, S. 40

²⁰⁵ Vgl. Whiteley

definierte, die sie faszinierte, und: „Artists were revealing a sense of the city neither as a means to reform society (...), but as symbol-thick scene, criss-crossed with the tracks of human activity. (...) [I]t was a kind of subjective sense of the city, as a known place, defined by games, by crowds, by fashion“, so Alloway.²⁰⁶ All diese einzelnen Aspekte, die in den Räumen der *Group Two* behandelt wurden - die Affirmation der Warenkultur, das Kontrastieren und Kombinieren von Objekten aus den verschiedensten kulturellen Umgebungen, die optischen Illusionen, die Stadt und ihre „events“, sollten in den 60er Jahren weiter verarbeitet werden, in der Pop Art von Künstlern wie Warhol, Lichtenstein, Oldenburg oder Ruscha, in der Op Art Bridget Rileys²⁰⁷, oder auch in den fotografischen Arbeiten und *layouts* der Fotostrecken von Fotografen wie David Bailey. Dies zeigt, wie prophetisch, wie vorausblickend die IG besonders in *This is Tomorrow* war, nicht zuletzt auch hinsichtlich des neuen Künstlers weniger „als Schöpfer von Werken“, sondern als ein „Regisseur visueller, akustischer und taktiler Erfahrung“²⁰⁸; schon der Titel führt hier diese Prophezeiung als Programm.

This is tomorrow war nicht nur künstlerisch äußerst erfolgreich; für eine Ausstellung zeitgenössischer Kunst erlangte sie eine unüblich große mediale Aufmerksamkeit in Zeitungen und auch schon im Fernsehen²⁰⁹, was aus ihr eine bemerkenswert populäre Ausstellung machte, die täglich bis zu tausend Besucher anlockte.²¹⁰ Genauso wurden eine große Zahl an Exemplare des Ausstellungskatalogs verkauft, der Hamiltons berühmte Collage *Just What Is It That Makes Today's Homes So Different, So Appealing?* enthielt, die auch als Plakatsujet verwandt wurde, und nicht als singuläre Arbeit gedacht war, als die sie heute – als Schlüsselwerk der Pop Art – im Museumskontext gezeigt wird.²¹¹ Dargestellt sind zwei „tiefenlose“ reproduzierte Figuren der Massenmedien, ein „muscle man“ und „nude girl“, die sich in einem *update* des Paradieses massenmedialer Bilder, einem „inventory of popular culture“ befinden.²¹² Das Paar, das an Darstellung Adams und Evas erinnert²¹³, hat nun das verlorene Paradies wieder gewonnen, oder zumindest (nach Banham) seine zweidimensionale, papierene Versprechung.²¹⁴ Über dem Paar befindet sich nun auch die Aussicht auf den Globus, der durch die Explosion der Massenkommunikation und der damit verbundenen

²⁰⁶ Alloway, The development of British Pop, in Lippard, 40

²⁰⁷ Vgl. Stephens und Stout, 11

²⁰⁸ Wyss, in: Grasskamp, Krützen und Schmitt, 31

²⁰⁹ Massey, 97

²¹⁰ Robbins, 36

²¹¹ Massey, 117

²¹² Alloway, The development of British Pop, in Lippard, 40

²¹³ Funcke, 237

²¹⁴ Vgl. Reyner Banham, Fathers of Pop, revidierter Skriptentwurf, zitiert in: Massey, 84. Es erinnert genauso auch an Van Eycks Ehepaar in einem typischen niederländischen bürgerlichen Interieur des 15. Jahrhunderts, ein Gemälde, das im übrigen wie Van Goghs Sonnenblumen Teil der Sammlung der Londoner National Gallery ist.

„time-space compression“ geschrumpft bzw. implodiert war²¹⁵ - „as electrically contracted, the globe is no more than a village“, wie McLuhan es formulierte²¹⁶. Die Bewohner des Planeten sind nun gezwungen mit einem alles umfassenden Gefühl der „compression“, der Verdichtung der räumlichen und zeitlichen Welten, mit der Bilder- und Informationsflut klar zu kommen.²¹⁷

Zentral in Hamiltons Collage ist nun der Schlüsselbegriff „Pop“, der die massenmediale Kultur dieser neuen Welt bezeichnet und sich auf dem Lollipop/ Tennisschläger der Personifikation des „neuen Menschen“ befindet. „Pop“ tauchte das erste Mal in Paolozzis früher Collage „I was a Rich Man’s Plaything“ (1947) auf²¹⁸, bevor er in Hamiltons Collage ins Zentrum gerückt wurde. Pop kann hier nun für „Popular“ stehen, aber auch für „Pop!“ als lautmalerisches Wort, das einen Knall beschreibt - die Explosion von Bildern in den Massenmedien, wie sie Alloway schon in der Ausstellung „Parallel of Life and Art“ erkannt hatte.²¹⁹ Der Begriff „Pop Art“ tauchte nun das erste Mal in einem Brief Hamiltons von 1957, und kurz darauf in einem Schlüsseltext Alloways, „Arts and the Mass Media“ (1958) auf.²²⁰ Wie schon erwähnt hatten Alloway und Hamilton mit „Pop Art“ zunächst jedoch noch keine neue Strömung in der Kunst im Sinn - „it was a friendly way of saying mass media“, so Alloway.²²¹ 1962 jedoch verwendete er diesen Begriff schon für die Arbeit bildender Künstler mit Material das der Populärkunst entnommen worden war - „the use of popular-art sources by fine artists.“²²²

1.5 Eine „Pop-Fine Art“: Der Künstler zwischen high modernism und Massenmedien

Die Künstler der *Independent Group* waren Pionieren der Analyse der massenmedialen Popkultur und damit für die kulturellen Entwicklungen und Veränderungen der 60er Jahre wegweisend. Im Rahmen ihrer affirmativen Rezeption von Massenkultur ließen sie kaum ein Gebiet der *Popular arts* aus; neben den Ausstellungen veranstalteten sie Diskussionen und Vorträge, die sich dem Film, dem Design, der Popmusik, „Fashion and Fashionmagazines“,

²¹⁵ Vgl. Harvey, S.265

²¹⁶ Marshall McLuhan, *Understanding Media*, S.5

²¹⁷ Vgl. Harvey, 240

²¹⁸ Rudolf Zwirner, Pop Art in den USA, in: Grasskamp/ Krützen/ Schmitt (Hrsg.), *Was ist Pop?*, S.73

²¹⁹ Alloway, *The development of British Pop*, in Lippard, S. 29

²²⁰ Vgl. Whiteley

²²¹ Lawrence Alloway, *The development of British Pop*, 38

²²² Alloway, *Pop since 1949*, *Artforum* October 2004, <http://www.artforum.com/inprint/id=7607>

und Werbung widmeten. Die Vortragenden waren auch Kreative aus den Massenmedien.²²³ Del Renzio schließlich diskutierte in seinem Vortrag die Modeillustrationen als die „Volkskunst des Technologiezeitalters“ - „the visualising of the emotional experiences and realisable dreams of the mass-audiences.“²²⁴ Die Künstler und Theoretiker der IG verstanden sich genauso als wissende Konsumenten „who found pleasure in going to the cinema“²²⁵, Vertreter einer schon mediatisierten Öffentlichkeit die sich nicht als von den Medien manipuliert sah, sondern das Produktdesign, die Massenmedien mit ihren eigenen Träumen und Wünschen gestaltet verstanden und es so in Folge als Künstler und Kreative auch aktiv beeinflussten und verändern konnten.²²⁶ Die Ideen der Independent Group fanden eine Parallele in jenen von Zeitgenossen in Paris - der Filmkritiker André Bazin war genauso der Auffassung, dass auch das Publikum die Massenmedien aktiv beeinflussen kann.²²⁷ Nicht zuletzt war es auch Bazins Schützlinge, die jungen Kritikern der „Cahiers du Cinéma“ wie Rohmer, Godard, Truffaut und Rivette, die sich genauso wie die *Independent Group* an die Neubewertung der amerikanischen Populärkultur in Form des Films aus Hollywood machten²²⁸, den Schritt vom Rezipienten zum Produzenten der *popular art* Film vollzogen und wie die britischen Popkünstler und -designer auch großen Anteil an der Mitgestaltung und Transformation der Populärkultur in den 60ern hatten. So hatte beispielsweise Godard schon bald Gelegenheit Filme zu drehen und ab 1956 innerhalb der Filmindustrie zu arbeiten: „From 20 to 30 I was in the cinema but not making movies. (...) I was writing criticism and working in the advertising departement of Twentieth Century-Fox in Paris“, wie Godard erklärt.²²⁹ Das erinnert nun an die ein wenig älteren IG-Mitglieder, die genauso schon weitgehend praktische Erfahrungen mit der massenmedialen Ästhetik gemacht, und – wie Godard – in der Werbung, innerhalb der Produktion gearbeitet hatten. Sie rezipierten die Techniken nicht nur als Konsumenten, sondern wandten sie auch als Produzenten, d.h. als Grafiker an und besaßen daher schon den geschulten Blick, der für die Analyse der Bilder nötig war: “For the Independent Group it was essential to evaluate the workings of mass culture, to judge why one image was more effective than another, to affirm the skill of the graphic designer or marketer in creating an advertisement.”²³⁰

²²³ Vgl. Robbins, S.30f.

²²⁴ Massey, 131

²²⁵ Ebda., 128

²²⁶ Vgl. ebda., 130

²²⁷ Vgl. Colin McCabe, Godard. Portrait of the Artist at Seventy, London und New York 2003, 75

²²⁸ Vgl. ebda., 73f.

²²⁹ Jonathan Cott, Godard: Born Again Filmmaker, Rolling Stone, 27. November 1980, in: Sterritt, S. 96

²³⁰ Massey, 130

Hamilton spürte den Methoden der Massenmedien in ihrer Kunst bzw. in seine Schriften nun weiter nach. Der an die Smithsons adressierter Brief Hamiltons vom Januar 1957, in dem der Begriff „Pop Art“ zum ersten Mal auftauchte, hatte eine zentrale Bedeutung für die Kontinuität der Linie, die mit Paolozzis „Bunk!“-Vortrag begonnen hatte.²³¹ Hier blickte Hamilton noch einmal auf vergangene Ausstellungen wie *Parallel of Life and Art* zurück.²³² Er schlug vor, eine weitere Ausstellungsprojekt anzupeilen und die Linie „Pop Art/technology“ die sich in diesen Ausstellungen abgezeichnet hatte, in diesem Projekt fortzusetzen²³³: „Everyone was looking for a new activity and I suggested that we might now turn our attention to using the experiences and the investigations of the previous years for the purpose of creating a new aesthetic; to produce work which showed consequence of this thought.“²³⁴ Dies bedeutete zunächst die Übersetzung und Assimilation ästhetischer Aspekte der Massenmedien in den frühen Pop-Malereien Hamiltons. Schon in den frühen „Transition Paintings“ von 1955 zeichnete sich eine Synthese von *high* und *low*, der Bilder der Massenmedien und des *high modernism* ab. Die Arbeiten waren einerseits von Autojagden aus Hollywoodfilmen beeinflusst, aber andererseits spielen die Pfeilmotive auch auf Klees Arbeiten oder auch auf die Literaturzeitschrift „Transition“ an, die Hamilton möglicherweise kannte, und in der Texte von Malraux, Breton, Artaud und Beckett publiziert wurden; darauf macht einerseits ihr Titel „Transition“ aufmerksam und nicht zuletzt darauf, dass auf der Innenseite des Covers einer Anthologie des Magazins (1949) ein Pfeil abgebildet war.²³⁵ In etwas späteren Pop-Arbeiten Hamiltons wie „Hers is a lush situation“ (1958) finden sich Bilder aus der Populärkultur wie Karosseriedesign unhierarchisch neben Ikonen des *high modernism* wieder – Referenzen an Duchamps Arbeiten (die er auch rekonstruierte, wie das „Grosse Glas“, *La Mariée mise à nu par ses célibataires, même* in den Jahren 1965-66²³⁶), und das modernistischen UN-Gebäude in New York City²³⁷. Diese Übersetzung in die Malerei stieß zunächst jedoch auf einige Ablehnung, was sich schon aus dem Ausbleiben einer Antwort auf Hamiltons Brief der Smithsons zeigt.

²³¹ Vgl. Richard Hamilton, Letter to Peter and Alison Smithson, 16. Januar 1957, Robbins, S.182

²³² Vgl. Massey, S.117

²³³ Vgl. ebda., S.117

²³⁴ Richard Hamilton, The Impact of American Pop Culture in the Fifties, in: Robbins, 40

²³⁵ Vgl. Massey, 76

²³⁶ Vgl. Robbins, 68

²³⁷ Vgl. Massey, 132

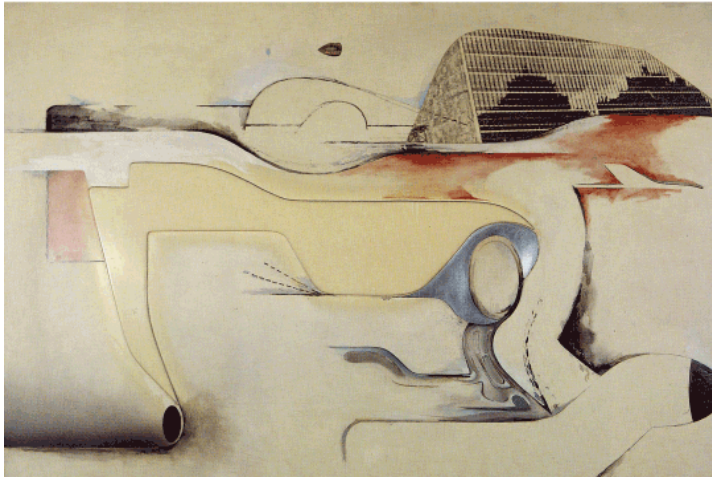


Abb.4. Richard Hamilton, Hers is a lush situation, 1958

Alloway führte das Auseinanderdriften der Künste und der Technik, bzw. das Zurückbleiben der Kunst hinter den technischen Entwicklungen mit dem Beibehalten des Kunstbegriffs der Renaissance (und damit der Malerei) zurück: „To approach this exploding field with Renaissance-based ideas of the uniqueness of art is crippling.“²³⁸ Das deckte sich mit den späteren Beobachtungen Vilém Flussers, der davon ausging, „dass die Kunst sich im modernen Sinne von der Technik im Quattrocento abgespalten hat“...

Die Weltveränderungen wurden auf zwei Zweige aufgeteilt, jenem der sich von theoretischen Erkenntnissen nährt, und jenem der weiterhin empirisch vorgeht. Der auf Erkenntnis beruhende Zweig wurde Technik genannt und der auf Empirie, also auf Inspiration und Intuition beruhende, wurde mit einer benjaminischen Aura versehen und aus dem täglichen Leben in Museen verbannt. Die Kreativität, also das Schaffen neuer Formen, ging viel disziplinierter und schneller auf dem Gebiet der Wissenschaft und Technik vor sich als auf dem der so genannten Kunst. Wenn man das kreative Potential des Menschen betrachten will, ist es besser, ein ganz ordinäres Auto anzuschauen als die größten Kunstwerke der Neuzeit.²³⁹

Das deckte sich allerdings auch mit den Ansichten Hamiltons: „Die Karosseriedesigner der Autobranche haben den Symbolismus des Raumfahrtzeitalters erfolgreicher verarbeitet als jeder Künstler.“²⁴⁰ Alloway sah die traditionellen Medien und Ideen als zu rückständig an, um mit den Entwicklungen in Technik und Wissenschaft mithalten zu können und setzte dieses Zurückbleiben mit der industriellen Revolution an: „The increase of population and the

²³⁸ Lawrence Alloway, *The Long Front of Culture* (Auszüge), Cambridge Opinion 17, 1959, in: Robbins, 165

²³⁹ Vilém Flusser im Gespräch mit Florian Rötzer, Karlsruhe, 1988, in: Vilém Flusser, Klaus Sander (Hrsg.), *Zwiegespräche. Interviews 1967-1991*, Göttingen 1996, S.64f.

²⁴⁰ Richard Hamilton, „POP: Kunst vom Feinsten“, in: Charles Harrison, Paul Wood, Sebastian Zeidler (Hrsg.), *Kunsttheorie im 20. Jahrhundert*, Band II, Stuttgart 1998, S.891

industrial revolution that paced it has (...) changed the world. In the arts, however, traditional ideas have persisted, to limit the definition of later developments".²⁴¹ Hamilton war der Überzeugung, dass das Spektrum der traditionellen Medien mit der Nutzung der neuen Massenmedien und ihrer Produktion erweitert und diese so transformiert und erneuert werden sollte. Er bemerkte, dass das Verwenden von Quellen aus den „popular arts“ und im Besonderen des neuen Massenmediums Film in der Malerei auch schon erfolgreich bei Max Ernst oder de Kooning in den Blickpunkt geraten war; „One of Max Ernst's earliest paintings has its distinctive outline of Charlie Chaplin in it; in the early 50s de Kooning called on of his woman paintings ‚Marylin Monroe‘.“²⁴² In der Malerei ist es nun möglich gleichzeitig „the distracted attention of the desirous viewer-consumer“, die optische Sprunghaftigkeit der Betrachtung und „the erotic smoothness of the object“ vorzuführen wie auch Hamiltons Arbeiten beweisen.²⁴³ Wie Foster bemerkt ist es paradoxerweise auch gerade die Malerei, in der ihr Niedergang, ihre Überkommenheit, ihren Verfall angesichts der neuen Reproduktionsmedien wie der Fotografie (wie auch schon Baudelaire in Manets Arbeiten erkannte) und auch das Ende ihrer „Totalität“ ins Licht gerückt werden kann.²⁴⁴

Nach Alloways Ansicht sollte die Kunst aber auch nach Alternativen suchen und die Technologien als künstlerische Medien verwenden.²⁴⁵ Er erwähnte hier als bedeutende Vorreiter unter anderem Paolozzis „Parallel of Life and Art“.²⁴⁶ Hamilton war sich nun genauso wie Alloway bewusst, dass man es bei dem Medium Malerei belassen konnte, und auch neue Medien erproben und ins Spektrum der Möglichkeiten aufnehmen musste. Als eine weitere Konsequenz der Erfahrungen und Untersuchungen der Independent Group schlug er nun vor, dass der bildende Künstler als Konsument der Populärkultur sich auch der „Schöpfung“ von massenmedialer Popkunst widmen sollte, da er „potentiell auch einen Beitrag zu ihr leisten kann“.²⁴⁷ Der Künstler sollte sich der Massenmedien bedienen, seine Kunst einem breiteren Publikum zugänglich machen. Hamilton befand sich hier am Anfang der Fortsetzung einer Entwicklung, die von dem Einbinden ihrer Arbeit in den Kontext der Massenmedien und ihrer Erschließung in den 20er und 30er Jahren gekennzeichnet war, und sich bis heute mit der Erschließung neuer Medien durch die Produzenten der Kultur fortsetzt.²⁴⁸

²⁴¹ Lawrence Alloway, The Arts and the Mass Media, Architectural Design, February 1958, in: Robbins, 166

²⁴² Alloway, Pop since 1949

²⁴³ Foster, On the First Pop Age

²⁴⁴ Vgl. ebda.

²⁴⁵ Vgl. Whiteley

²⁴⁶ Vgl. ebda.

²⁴⁷ Hamilton, „POP: Kunst vom Feinsten“, in: Harrison, Wood, Zeidler, S.891

²⁴⁸ Vgl. Harvey, 59

Die Künstler der Independent Group waren als Pioniere hier nicht alleine; zeitgenössische Pioniere waren unter anderem der als Werbegrafiker ausgebildete Andy Warhol oder auch der „Vater der Videokunst“ Nam June Paik. Die praktische Umsetzung der Vorstellungen Alloways und Flusser zur Nutzung neuer Massenmedien durch den Künstler (und Parallele und eine Art Fortsetzung zu der Arbeit der Independent Group) fand so auch in Paiks künstlerischen wie auch theoretischen Arbeiten wieder. Paik begann um 1960 Fernsehapparate zu präparieren und erschloss sich neue Technologien und Medien wie Fernsehen und später Video.²⁴⁹ Wie Paolozzi oder Hamilton war er ein begeisterter Konsument von Farbmagazinen und TV; nicht zuletzt war auch für Paik die Arbeit mit Massenmedien zentral, er verstand Fernsehen nicht nur als Sendungen empfangenes sondern auch als interaktives und „artist-empowered instrument“.²⁵⁰ Gleich einer Art Weiterentwicklung von Paolozzis „Bunk“-Vortrag von 1952 anmutend, entwickelte Paik in den späten 1960er Jahren zusammen mit dem Techniker Shuya Abe den „Paik-Abe Synthesizer“, der es ermöglichte Film- und Videomaterial, Hoch- und Pop- bzw. Massenkultur zu kontrastieren und zu kombinieren.²⁵¹ Paik sollte es schließlich auch gelingen Fernsehstationen zu überzeugen seine Arbeiten, und Collagen eigener Arbeiten mit gefundenem Bildmaterial aus der Popkultur (beispielsweise Werbespots) per Satellit weltweit zu senden. Seine Arbeit nahm hier schon die Interaktivität des Internets vorweg und lässt sich gut mit einem Satz aus einem seiner Texte auf den Punkt bringen: „How soon artists will have their own TV channels?“²⁵² Die Anwendung neuer Massenmedien wie jene Paiks (und Warhols) erlaubte so das Entstehen von einer Vielzahl von Schnittpunkten zwischen der Massenkultur und zuvor isolierten „high culture“.²⁵³

Auch Hamilton sah sich in Folge nicht alleine als Konsument von Bildern, sondern gleichzeitig als deren Produzent; er registrierte eine Auflösung des gängigen Künstlerbegriffs und der neuen Entwicklung hin zu einem Künstler/Kreativen, der nicht mehr innerhalb der Massenkultur fremd ist, da er selbst konsumiert und in der Konsequenz die *popular culture* aktiv mitgestaltet. Tatsächlich übte der als technischer Zeichner und als Grafiker ausgebildete Hamilton auch Einfluss auf die Massenästhetik aus, denn mit dieser praxisnahen Ausbildung „hatte er die beste Voraussetzung, sich den Motivkreis ohne Umschweife zu erschließen, der

²⁴⁹ Vgl. John G. Hanhardt. Chance in a Lifetime. On Nam June Paik, Artforum, April 2006, <http://www.artforum.com/inprint/id=10623>

²⁵⁰ Vgl. ebda.

²⁵¹ Vgl. ebda.

²⁵² Nam June Paik, A New Design for TV Chair, 1973, zitiert in: Hanhardt, Chance in a Lifetime

²⁵³ Vgl. Harvey, 59

für Pop maßgebend ist“²⁵⁴. Die Worte Wyss’ sind hier zwar auf Warhol gemünzt, können aber genauso den Zugang Hamiltons, und die Genese von seines Werk erklären, seine künstlerische Arbeit und Design, das schließlich auch der Massenkultur entscheidende Impulse gab, da er auch innerhalb ihrer Produktion arbeitete.

Die Arbeit von Künstlern innerhalb der Massenmedien war jedoch ein nicht absolut neues Phänomen, sondern hatte schon in großem Umfang in den 20er und 30er Jahren eingesetzt. Schon der junge Maler Balthus wies im Paris des Jahres 1932 in einem Brief an eine befreundete Bildhauerin darauf hin, dass die Arbeit im Kontext der neuen Massenmedien nicht alleine auf Abenteuer- und Experimentierlust, sondern eigentlich vielmehr darauf beruhte, sich in den Zeiten der Fotografie und neuer Medien als Maler einfach über Wasser zu halten: „An Malerei oder überhaupt Kunst denkt augenblicklich kein Mensch mehr. Höchstens reiche Leute können sich das noch erlauben. Die meisten Maler machen etwas anderes (...), so zum Beispiel Plakate, Zeitungsinserate, Modezeichnungen.“²⁵⁵ Das traf auch auf die meisten Mitglieder der *Independent Group* zwei Jahrzehnte später zu, die in den späten 1950er Jahren meist innerhalb der massenmedialen Produktion arbeiteten.²⁵⁶ Del Renzio beispielsweise arbeitete als Herausgeber für Modemagazine wie Harper’s Bazaar, dessen visuellen Stil er maßgeblich beeinflussen sollte, und auch als Berater für Designmagazine.²⁵⁷ Ein weiteres Mitglied der *Independent Group*, Frank Cordell, war Produzent von Popmusik.²⁵⁸ Damit nahmen sie auch die Zweigleisigkeit der künstlerischen Arbeit zwischen traditionellen Medien und Massenmedien vorweg, die mit den 60er Jahren virulent werden sollte.

Hamilton erkannte in der Arbeit jedoch auch Widersprüche als bildender Künstler eine massenmediale „popular art“ zu schaffen. Wie er sich später erinnerte, ging er für sich alle Aspekte durch, die er den Smithsons in seinem Brief aufgelistet hatte, um zu fragen ob es einen Aspekt gebe, der inkompatibel mit den „fine arts“ wäre...

I said, is big business incompatible with fine art? No. (...) the only which I thought was not compatible was expendability. (...) That when Elvis Presley produced a record, you didn’t get the feeling he was making for next year, he was making it for this week and it didn’t really matter very much when it sold the first four million whether the thing was ever heard again. (...) this is something the fine artist can’t stomach, he cannot enter the creative process

²⁵⁴ Wyss, S.28

²⁵⁵ Balthus an Margrit Bay, Januar 1932, in: Stanislas und Taddheus Klossowski (Hrsg.), Balthus/ Antoinette de Watteville, Liebesbriefe 1928-1937, Bern/ Berlin 2005, S.57

²⁵⁶ Vgl. Massey, 131

²⁵⁷ Vgl. Robbins, 178

²⁵⁸ Vgl. Massey, 131

of making a work of art with the understanding that it's not going to last until next year or for very much longer than that. He has to approach it with the idea that it has some qualities which are enduring.²⁵⁹

Hamilton sprach hier als bildender Künstler der auch etwas „Bleibendes“ in seiner Arbeit nicht missen und gerade deshalb von alten Medien wie der Malerei nicht einfach verabschieden wollte. Allerdings ist hier interessant, dass Hamilton hier nur eine Auffassung vertrat; zu diesem Problem existier(t)en hier auch ganz diametrale Ansichten, wie beispielsweise jene von Paik, in dessen Arbeiten und besonders in seinen „happenings“ (von denen nur Fotografien und stummen Objekte übrig blieben) der Aspekt der Vergänglichkeit eine bedeutende Rolle spielte. Auch ein anderer Generationsgenosse Hamiltons, Robert Rauschenberg, antwortete der in einem aktuellen Interview auf die Frage ob ihn denn die – besonders materiellen - Vergänglichkeit seiner Arbeiten, die zum Teil aus gewöhnlichen Alltagsgegenständen bestehen, denn nicht stören würde: „Meine Kunst will ja nicht zeitlos und unvergänglich sein.“ Mit dem Zusatz, der die Widersprüchlichkeit eines heute in sich isolierten Kunstbetriebs (und –markts) aufdeckt: „Doch bitte, verraten sie es nicht meinen Sammlern.“²⁶⁰

Als Hamiltons Lösung dieses Problems der Vergänglichkeit kann man nun die Synthese von Aspekten der Fine- und der Popular Arts in einer „Pop-Fine-Art“ verstehen.²⁶¹ Mit diesem Begriff bezeichnete er seine Malereien ab 1955 in der Bilder aus dem Kontext der Massenmedien und des *high modernism* integriert und kontrastiert wurden. „Pop-Fine Art“ meint aber auch einen diametral entgegengesetzten Weg; die Methoden des *high modernism* konnte nun in ein Massenmedium überführt werden, und der Künstler konnte neben der des Konsumenten auch die Rolle eines Produzenten von Populärkunst annehmen. Hamiltons direkter Einfluss auf die *Popular Culture* mit seiner „Pop-Fine Art“ zeigte sich nun besonders mit seinem Albumdesign für die Beatles, das „White Album“ (1968), das mit seinem bildlosen, weißen, modernistisch anmutenden Cover sich zweifellos mit bleibenden Eigenschaften auszeichnet. Hamiltons Synthese befand sich hier ganz im Rahmen dessen, was auch Alloways Schriften bestimmte; wie dieser anmerkte, beinhaltete die *aesthetics of plenty* auch die „fine arts“ – „an aesthetic of plenty included two elements that then-available aesthetics tended to treat separately: the fine arts and mass media.“²⁶² Diese Vorgangsweise

²⁵⁹ Richard Hamilton, The Impact of American Pop Culture in the Fifties, in: Robbins, 40

²⁶⁰ Robert Rauschenberg im Gespräch mit Hanno Rauterberg, „Ich habe meinen Himmel“, Die Zeit, 3/2006

²⁶¹ Vgl. Richard Hamilton, „POP: Kunst vom Feinsten“, in: Charles Harrison, Paul Wood, Sebastian Zeidler (Hrsg.), Kunsttheorie im 20. Jahrhundert, Band II, Stuttgart 1998, S.891

²⁶² Lawrence Alloway, The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty, in: Robbins, 52

lässt sich auch dadurch erklären, dass der Enthusiasmus der die Künstlerfreunde nicht zuletzt zu Anfangs noch nicht der Massenkultur sondern dem *high modernism* galt.²⁶³ Zwar wurde Kritik an der modernistische Ideologie geübt, der *high modernism* war jedoch nie aus dem Blickfeld der IG geraten. Künstler wie Paolozzi und Hamilton blieben aber weiter Bewunderer von Dada, oder auch der Arbeit des Bauhauspädagogen Josef Albers und der Leitfigur der amerikanischen Version des *high modernism*, Jackson Pollock.²⁶⁴ Die Gruppe machte sich so nicht nur daran, nicht nur die amerikanische Massenkultur von einem - in jener Zeit ungewöhnlichen - Blickpunkt zu erfassen; auch der *high modernism* erfuhr in der Arbeit der Independent Group eine radikale Neubewertung.²⁶⁵

In der *Independent Group* wurden Schlüsseltexte des *high modernism* besprochen, jedoch immer mit einer skeptische Distanz und antiautoritärer Intention²⁶⁶, die sie das herausfiltern ließ, was ihnen noch weiter von Bedeutung schien. McHale beispielsweise trennte die seiner Ansicht nach veralteten utopischen Inhalte des Bauhauses von Ideen die ihm noch immer äußerst relevant erschienen – wie die Untersuchungen im Bereich der Massenkommunikation und den noch undogmatischen Zugang.²⁶⁷ Neben Albers war es auch ein anderer bedeutender Bauhauspädagoge, Grafiker, Maler und Fotograf, der für die Independent Group zu einer zentralen Figur wurde: Laszlo Moholy-Nagy. Die Künstler der IG waren allerdings nicht die ersten gewesen, die von Moholys Texten beeinflusst wurden. Niemand anderer als Walter Benjamin hatte beispielsweise „Malerei Photographie Film“ (1925) als Quelle für „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ (1936) herangezogen; darüber hinaus war „Vision in Motion“ (1947) „einer der bedeutendsten Texte, denen McLuhan Gedanken für seine Bücher über die Massenmedien entnahm.“²⁶⁸ In diesem Text begeisterte sich Moholy für die neue „motorisierte“ Welt, die den Künstler und Kreativen vor neue Aufgaben stellte; besonders Fotografie, dadaistische Fotocollage und Collagetechniken nannte er als „the best evidence of the tie between the avantgarde and photography’s mass production potential“²⁶⁹. Er war der Überzeugung das sich so die Möglichkeit bot, als Künstler nicht nur eine schmale Elite zu bedienen, sondern die weite Masse zu erreichen - was aber auch (wie Balthus zu selben Zeit feststellte) für viele Kreative – auch für Moholy-Nagy - auf finanziellen Erwägungen beruhte. Er gestaltete schon in den Bauhausjahren die

²⁶³ Vgl. Massey, S. 33

²⁶⁴ Vgl. ebda., 128

²⁶⁵ Vgl. ebda.

²⁶⁶ David Robbins, *Modernist Sources*, in Robbins, 55

²⁶⁷ Ebda.

²⁶⁸ Gianni Rondolino, László Moholy Nagy: Malerei, Fotografie, Film, in: Veit Loers (Hrsg.), László Moholy-Nagy, Kassel 1991, S.14f.

²⁶⁹ David Robbins, *Modernist Sources*, in Robbins, 55

Titelseiten für Zeitschriften.²⁷⁰ In den Jahren nach dem das Bauhaus von den Nationalsozialisten geschlossen wurde, und er 1935 von niemand geringerem als dem späteren Initiator des *Institute of Contemporary Arts* Sir Herbert Read, nach London geholt wurde²⁷¹, widmete er sich der Werbegrafik; er gestaltete Werbeprospekte für Fluglinien, Plakate für die Londoner U-Bahn, und Buchcover.²⁷²

In einem Punkt werden allerdings auch die divergierenden Blickpunkte des modernistischen Künstlers und der Generation jüngerer Künstler deutlich. Moholy beklagte die Wegwerfästhetik des amerikanischen Designs, ihre schnelle Abfolge neuer Modelle und der schnelle Umsatz.²⁷³ Diese zwei Imperativen des Marktes sind es aber gerade, die es den anti-akademischen „mass arts“ ermöglichen die neue Kultur zu reflektieren: „Sensitivity to the variables of our life and economy enable the mass arts to accompany the changes in our life far more closely than the fine arts, which are a repository of time-binding values.“²⁷⁴ Alloway bemerkte auch, dass Texte des *high modernism* wie jene Moholys die Aufmerksamkeit der IG nicht wegen ihrer modernistischen Texte geweckt hatte; was die Künstler der IG faszinierte waren die beigelegten Illustrationen, die die Methoden der Massenmedien selbst wieder reflektierten: „[It] was the visual abundance of these books that was influential, illustrations that ranged freely across sources in art and science, mingling new experiments and antique survivals.“²⁷⁵ In ihrem illustrativen Inhalt erkannten die Vertreter der *Independent Group* einen die utopischen Basis dieser Texte entgegenlaufenden Subtext, der die Wissenschaften, die Stadt und die Sprache der massenmedialen Bilderflut und ihre Assimilation von „antiken Relikten“ akzeptierte, die neuen Ideen in lebendigen Bildern zu vermitteln und verdichten verstand: “I know what I liked about these books, and other people then in their twenties felt the same way, was their acceptance of science and the city, not on a utopian basis, but in terms of fact condensed in vivid imagery“, so Alloway.²⁷⁶ In Moholys „Malerei, Fotografie, Film“ (1925) werden nun eigene und fremde Fotografien, Bilder von Filmikonen (ein Porträt des Stummfilmstars Gloria Swanson), Collagen und Werbeplakate kontrastiert²⁷⁷; die visuelle Wirkung dieses Buch erinnert nun schon an Paolozzis späterem “Bunk”-Vortrag und “Parallel of Life and Art”, und macht nicht zuletzt darauf aufmerksam, dass auch hier schon in den

²⁷⁰ Vgl. Veit Loers (Hrsg.), László Moholy-Nagy, Kassel 1991, 286

²⁷¹ Vgl. ebda., S.307

²⁷² Vgl. Stuart Bailey, The Gesamtwerker, in: Tate Etc., Issue 6/ Spring 2006, <http://www.tate.org.uk/tateetc/issue6/gesamtwerker.htm>

²⁷³ Vgl. Robbins, Modernist Sources, in: Robbins, 57

²⁷⁴ Lawrence Alloway, The Arts and the Mass Media (excerpts), Architectural Design, Februar 1958, in: Robbins, 166

²⁷⁵ Alloway, Pop since 1949, in: Artforum October 2004, <http://www.artforum.com/inprint/id=7607> Zugriff: 12/ 2004

²⁷⁶ Alloway, The development of British Pop, S.32

²⁷⁷ Vgl. László Moholy-Nagy, Hans M. Wingler (Hrsg.), Malerei Fotografie Film, Köthen 1927/ Berlin 1986

20er Jahren die „visuelle Explosion“, die Bilderflut der Fotografien der Massenmedien reflektiert worden war: „The visual explosion of the twentieth century, with its wealth of vivid imagery, became a direct source of art“, so Alloway.²⁷⁸

Wie schon der frühen, Richtung weisenden Pionierarbeit Paolozzis erkennbar wird, hatten für die Interpretation und das Verstehen der Techniken und Funktionen dieser „imagery“, auch Dada und Surrealismus Pate gestanden. Hamilton und Alloway nehmen in ihren Texten besonders auf die Ideen Dadas Bezug, und trugen so zur Rehabilitierung dieser Kunstströmung bei, die ab 1950 einsetzte.²⁷⁹ Wie Alloway in dem Text „Dada 1956“ bemerkte, entsprach die Nachkriegsatmosphäre eher der Blütezeit Dadas nach dem Ersten Weltkrieg, in, als jener der späteren Zwischenkriegszeit mit ihrer beginnenden Ideologisierung des Modernismus, und dem „compulsive system-building“ des Surrealismus und „Purismus“ (De Stijl, Bauhaus, Le Corbusier, Ozenfant etc).²⁸⁰ Schon die Dadaisten hatten heftige Kritik an Vorstellungen ewiger Schönheit geübt und die Befreiung vom vorherrschenden Geschmack proklamiert.²⁸¹ Dazu zitierte Alloway niemand geringeren als Tristan Tzara: „Dada tried to destroy, not so much art, as the idea of art“²⁸². Dada akzeptierte die Aspekte des Alltagsleben, die Werbung und ihre Bilder; „it does not insist upon abstraction of fixed aspects of life for aesthetic treatment. It effectually consigns art to the tangled channels of everyday communications. A work of art may be made of bus tickets or it may look like an advertisement. It may be an ad“.²⁸³ Den alten Kunstbegriff zu zerstören bedeutet, alles Kunst werden zu lassen, etwas das auch - beeinflusst von Duchamp - Rauschenberg, die *Nouveaux Realistes* und Fluxus um 1960 in ihren Arbeiten auszuführen begannen.

In einem 1961 veröffentlichten Text ging Hamilton auf die Befreiung von den Dogmen des *high modernism* ein, in dem er schon im Titel direkt auf die Slogans der Werbung anspielt: *For the Finest in Art – Try POP*.²⁸⁴ Hier interpretierte Hamilton die Pop Art als Synthese aus den ikonoklastischen Tendenzen Dadas und der Affirmation der Technik durch den Futurismus.²⁸⁵ Hamilton und Alloway gestalteten in ihren Texten schließlich mit der Begriff „Dada“ ein Sprachspiel und stellten auf diese Weise auch Bezüge zu der aktuellen Werbesprache der Popular Arts her. Alloway spiegelte den Begriff „Dada“ und entschlüsselte

²⁷⁸ Alloway, Pop since 1949

²⁷⁹ Vgl. Wyss, in: Grasskamp, Krützen und Schmitt, 31

²⁸⁰ Vgl. Lawrence Alloway, „Dada 1956“, *Architectural Design*, November 1956, S.374, zitiert in: Robbins, 164

²⁸¹ Vgl. Massey, S.45

²⁸² Alloway, „Dada 1956“, in: Robbins, 164

²⁸³ Ebda.

²⁸⁴ Vgl. Richard Hamilton, „POP: Kunst vom Feinsten“, in: Charles Harrison, Paul Wood, Sebastian Zeidler, S.889

²⁸⁵ Vgl. ebda., S.891

so dessen „versteckte“ Bedeutung, und deckte direkte Bezüge zwischen einer bilderstürmenden und alle Narrative zertrümmernde Avantgarde und den neuen affirmativen Bildern der Massenkultur auf: „REMEMBER, DADA WRITTEN BACKWARDS SPELLS AD/AD.“²⁸⁶ Wie schon der Begriff DADA, verweist „AD/AD“ nun auch auf „Verdoppelung“, auf die Produktion von Simulacra durch die Reproduktionsmedien – auf Kopien ohne Original. Die Werbung und ihre massenreproduzierten Bilder sind nach Alloway nichts anderes als eine Reflexion von DADA, deren Eigenschaften so nun in ihr Gegenteil verkehrt sind; die neue Kunst der Ads - AD/AD – weist so dem Künstler/Kreativen die neue Rolle des als Gestalter von Massenkultur zu: „[Die Pop-Fine Art] ist positiver Dadaismus, schöpferisch, wo Dada zerstörerisch war. Vielleicht ist sie Mama – eine Kreuzung aus Futurismus und Dada, die die Kultur der Massen respektiert und die Überzeugung vertritt, dass der Künstler im urbanen Leben des 20. Jahrhunderts zwangsläufig die Massenkultur konsumiert und potentiell auch einen Beitrag zu ihr leisten kann.“²⁸⁷

1.6. Das „Fine Art-Popular Art Continuum“

Die Auflösung der Grenzen zwischen *high* und *low*, verlief wie ein roter Faden, eine *idée fixe* durch die Geschichte den Beobachtungen und Erfahrungen der Independent Group. Alloway erwähnte dazu im besonderen Paolozzis Arbeitsweise:

Wherever he went he was (...) bending things, drawing things or turning paper plates into something (...). But his material was also science fiction, movie stills. (...) he was kind of someone who had this itchy creativity on a continuous basis, always being bombarded by mass-media imagery.²⁸⁸

Paolozzi prägte nun die Vorstellungen Alloways von einem neuen Künstlerbild, (dem auch Hamilton entsprach) und in den 60er Jahren virulent werden sollte. Der Künstler zeichnete sich ab nun nicht mehr durch seine seherischen Qualitäten aus, wie es noch das idealistische Künstlerbild der Avantgarde des 20. Jahrhunderts gewesen war, ein Künstlerbild, das die „Sendung als Schöpfer“ heraus strich und „Industrie und Technik (...) durch das Kunstwerk“ überhöhen sollte.²⁸⁹ Was nun gefragt sein sollte, war der Künstler als Kritiker, Kommentator

²⁸⁶ Alloway, Dada 1956, in Robbins, 164

²⁸⁷ Richard Hamilton, „POP: Kunst vom Feinsten“, in: Harrison etc, 891

²⁸⁸ Alloway, Fathers of Pop, Robbins, 43

²⁸⁹ Wyss, 32

oder einfach nur Beobachter des Lebens.²⁹⁰ Dies bedeutete nicht zuletzt, dass die Kunst nun intimer sein sollte; dem Betrachter sollte es möglich sein aktiv an der Kunst teil zu nehmen, er sollte emotional involviert sein und Verbindungen von der künstlerische Produktion zu ihrem alltäglichen Leben erkennen können.²⁹¹

Alloway formulierte im Zuge seiner Beobachtungen der künstlerischen Arbeit der *Independent Group* eine Kulturtheorie, die für seine Zeit als äußerst prophetisch war. Anders als die Ideologen des *high modernism* verstand Alloway die Kunst nicht als „höhere“ Einheit, die sich durch Zeitlosigkeit und Distanz zu der alltäglichen Erfahrung wahren sollte, um ihren Raum „gegen weiteres Eindringen oder gegen Verunreinigung zu schützen“²⁹²; er sah vielmehr die Kunst als Teil eines „communication network“, das verschiedensten Diskurse wie Film, Werbung, Grafik, Produktdesign und Mode beinhaltet.²⁹³ Von zentraler Bedeutung war in Alloways Theorie die Formulierung eines „Fine Art - Popular Art continuum“ in dem die Popular Arts der Massenmedien und die Bildenden Künste gleichwertig nebeneinander existieren und vielfältig verbunden sind. Die *popular art*, die Massenmedien und die *fine arts* waren nun Teil dieses Kommunikationsfeldes, in dem es dem Betrachter, Rezipienten und Konsumenten - und dem Künstler – möglich war frei zu bewegen²⁹⁴, frei zu wählen: Die Türen des Elfenbeinturmes der Kunst waren nun weit geöffnet worden.²⁹⁵ Dies bedeutete eine neue, veränderte Auffassung der Kultur, einen neuen Kulturbegriff, der sich nicht mehr nur auf die „hohe Kunst“ reduzieren und anwenden ließ, wie schon Alloway bemerkte...

[It] entails a shift in our ‚notion‘ what culture is. Instead of reserving the word for the highest artefacts and the noblest of thoughts of history’s top ten, it needs to be used more widely as the description of ‘what society does’. Then unique oil paintings and highly personal poems as well as mass-distributed films and group-aimed magazines can be placed within a continuum rather than frozen layers in a pyramid.²⁹⁶

Mit der Ausweitung der Kultur auf die beschreibende Funktion „Was die Gesellschaft macht“, sind nun die verschiedensten Medien wie die Massenmedien oder auch traditionelle künstlerische Medien wie die Malereien Öl auf Leinwand - nach Alloway in diesem Kontinuum verortet und verbunden. Das Ende dieses Purismus und die Kreation von

²⁹⁰ Vgl. Whiteley

²⁹¹ Vgl. ebda.

²⁹² Jameson, *Mythen der Moderne*, 183

²⁹³ Vgl. Whiteley

²⁹⁴ Vgl. Alloway, *Personal Statement*, 1957, in: Robbins, 165

²⁹⁵ Vgl. Alloway, *Press release for This is Tomorrow*, in: Robbins, 37

²⁹⁶ Alloway, *The Long Front of Culture (Auszüge)*, in: Robbins, 165

Schnittstellen zwischen der *high art* und dem neuen mediatisierten Raum bedeutete auch die Überwindung einer Pyramide von kanonisierten Arbeiten, tatsächlich steht nach der Ansicht Jamesons dieser „rein ästhetische oder künstlerische Kanon bei näherer Untersuchung als wenig mehr [da], denn als der Modernismus selbst.“²⁹⁷ Auch nach der Überzeugung Alloways sollte die Autonomie der Ästhetik, das Besinnen auf den eigenen Materialwert des Mediums überwunden werden.²⁹⁸ Dieses Verschließen vor Einflüssen aus den Massenmedien (die das alltägliche Leben gestalteten) wie sie die Ideologie des *high modernism* verlangte, wurde nun „nicht durch die Trennung der Ästhetik vom wirklichen Leben gesichert (...). Eher wurde sie durch eine radikale Dissoziation innerhalb des Ästhetischen selbst geschaffen, durch die radikale Scheidung und das Auseinanderfallen von Literatur, Kunst und Kultur“, wie Jameson anmerkt.²⁹⁹ Die Ideologie des *high modernism* bedeutete demnach nichts anderes als die „innere Absonderung in der Sphäre des Kulturellen selbst (...), denn hohe Kunst und Literatur sind in diesem Sinne ebenso kulturell wie das Fernsehen, während die Reklame und die Popkultur so ästhetisch sind wie Wallace Stevens und Joyce.“³⁰⁰ Dieser materialbezogene Purismus markierte somit einen Bruch mit früheren Auffassungen von Kultur als Vermittlungsraum...

Kultur ist von Schiller und Hegel her (und noch bei Eliot) vor allem der Vermittlungsraum zwischen Gesellschaft oder Alltagsleben und Kunst an sich. (...) Wenn man allerdings wie die erwähnten Kritiker und Theoretiker ein Unbehagen angesichts dieses Grenzenverwischens, eine Angst über die Unbestimmtheit empfindet, in der sie das Kunstwerk notwendig da sein lässt, dann wird es entscheidend, die Verbindung abzubrechen (...), den Kulturbegriff in Frage zu stellen und philosophisch zu diskreditieren, um den Raum der Kunst gegen weiteres Eindringen oder gegen Verunreinigung zu schützen. (Jameson)³⁰¹

Für die modernistischen Ideologen bedeutete das Verbindungselement Kultur „schlechte Kultur, Massenkultur, kommerzielle Kultur. (...) Hohe Literatur und Kunst heißen Ästhetik minus Kultur; das Gebiet der Ästhetik ist gründlich von Kultur gesäubert und geläutert (diese steht hauptsächlich für Massenkultur).“³⁰² Das Kappen der Verbindungen zwischen den Medien durch die Abwendung von dem Vermittlungsraum Kultur bedeutet nun auch, daß der Einfluss der Massenmedien und ihrer Phänomene verhindert werden sollte, da diese sich nun

²⁹⁷ Jameson, *Mythen*, 185

²⁹⁸ Vgl. Alloway, *The Long Front of Culture* (Auszüge), in: Robbins, 165

²⁹⁹ Jameson, *Mythen*, 182

³⁰⁰ Ebda.

³⁰¹ Jameson, *Mythen der Moderne*, 183

³⁰² Ebda., 184

grundlegend von den traditionellen, elitären Schönen Künsten (den “Fine Arts”) unterscheiden. In den Massenmedien verliert nun “das einzelne Werk, ein ‘Original’, das von einem Individuum geschaffen wurde” und die “Hierarchie der Thematik, in der einige Themen als profund, edel und andere als belanglos, trivial, vulgär” betrachtet werden an Bedeutung, werden diese Unterschiede verwischt oder aufgehoben, worauf Susan Sontag hinwies.³⁰³ Dieses auf den Plan Treten der Massenkultur im nachindustriellen Zeitalter, das die „Kritiker und Theoretiker“ des Modernismus „ein Unbehagen angesichts dieses Grenzenverwischens, eine Angst über die Unbestimmtheit“³⁰⁴ empfinden ließ, eröffnete der Kunst wieder die Kultur - Kunst und Massenproduktion konnten nun „auf der Ebene von Kommunikation und Massenkonsum“ versöhnt werden.³⁰⁵

An die Stelle dieser Pyramide tritt nun das Allowaysche Kontinuum in dem sich ein weites Spektrum kultureller Praktiken in den verschiedensten Medien manifestierte: „Along the length of the continuum could be found a wide range of cultural practices from fine art, through fashion, design, and science-fiction illustration, to Hollywood movies, to name but a few.“³⁰⁶ Tatsächlich waren die Grenzen zwischen diesen kreativen Bereichen und Medien ab den 1950er Jahren nun zunehmend von einer Auflösung begriffen: „There was permeation, seepage, overlap, and cross-referencing (...).“³⁰⁷ Dieses sich gegenseitige Durchdringen der Bereiche, das Durchsickern visueller Techniken in das jeweils andere Feld, Schnittstellen wurden innerhalb des Vermittlungsraumes der Kultur virulent, die „damit für das Verwischen der Grenzen und den Raum der Durchgänge und der Hin- und Herbewegungen, für den Ort der Umbildung und Übersetzung von einer Ebene zur anderen [steht]“ (Jameson).³⁰⁸ Das Kulturelle beschränkte sich nicht mehr alleine auf seine “früheren, traditionellen oder experimentellen Formen“, den Raum der Ästhetik. Diese ab den 50er Jahren einsetzende Entwicklung geht nun so weit, dass die Kultur in diesem von den Massenmedien geöffneten Raum ihre Autonomie vollkommen verloren hat, sich auf den sozialen Raum ausgebreitet hat und selbst Teil der Struktur der Psyche ist³⁰⁹, und heute überall im täglichen Leben konsumiert wird – „in shopping, professional activities (...). The closed space of the aesthetic is thereby also opened up to its henceforth fully culturalized context (...)“, so Jameson.³¹⁰ Die *populart art* konnte so zu einer *fine art*, einer bildenden Kunst mutieren, genauso konnte aber

³⁰³ Vgl. Susan Sontag, Über Fotografie, Frankfurt am Main 1980, S.145

³⁰⁴ Jameson, Mythen der Moderne, 183

³⁰⁵ Wyss, 33

³⁰⁶ Vgl. Whiteley

³⁰⁷ Ebda.

³⁰⁸ Jameson, Mythen, 183

³⁰⁹ Vgl. Jameson, Postmodernism, S.48

³¹⁰ Jameson, The Cultural Turn, S.111

auch *high art*, bzw. modernistische Kunst zur Pop Art umgewandelt werden, nachdem der Künstler gelernt hatte in andere Medien zu wechseln, intermedial zu arbeiten, Techniken von einem Medium ins andere zu übersetzen, und sich neue Medien zu erschließen. Der Künstler konnte nun in seiner Doppelrolle als bildender Künstler und als Produzent von *popular culture* zur Schnittstellen werden. Das beschreibt sehr gut Hamiltons und auch David Baileys etwas später einsetzende Arbeit. Alloway sah hier nicht zuletzt Paolozzi als frühen Vermittlern an, der sich in seiner Arbeit visuelle Quellen aus allen Bereichen erschloss und so zu dessen Formulierung dieses Kontinuums und auch zu der Offenlegung ihrer Entstehung begriffenen Schnittpunkte beitrug - „the touchability of all the bases in the continuum.“³¹¹ Man kann die Untersuchungen der *Independent Group* und Alloways und seine Kritik eines Autonomiekonzepts der Kunst (die genauso auch die Postmodernisten an dem *high modernism* übten³¹²) - als einen Wechsels hin zur Postmoderne und ihren neuen Denkansätzen interpretieren.³¹³

1.7 Die Reflexion der Phänomene der Postmoderne in den Künsten

Postmodernism ist nach Fredric Jameson die kulturelle Logik einer neuen Form des Kapitalismus; eines Spätkapitalismus, mit dem die Warenökonomie in Bereiche eingedrungen ist, die zuvor von ihr verschont geblieben waren und ein gigantischer Komplex neuer Massenmedien und der Werbeindustrie entstanden ist.³¹⁴ Jameson versteht die Postmoderne bzw. *postmodernism* als eine historische Periodisierung³¹⁵, und als Periode stellt die Postmoderne so mehr eine kulturelle Dominante, denn ein Stil oder eine stilistische Einordnung dar.³¹⁶ Dies muss allerdings nicht bedeuten, so Jameson, dass jegliche kulturelle Produktion von Phänomenen der Postmoderne gekennzeichnet ist; sie ist viel mehr ein „force field“ in welchem sich die verschiedensten kulturellen Impulse bewegen.³¹⁷ Diese Konzeption erlaubt die Präsenz und Koexistenz einer Reihe von verschiedensten Phänomenen zu beobachten, die nach seiner Periodisierung mit einem radikalen Bruch, einer „coupure“ Ende der 50er Jahre/ Anfang der 60er Jahre in Verbindung stehen.³¹⁸ Jameson sieht nun den

³¹¹ Vgl. Alloway, *Fathers of Pop*, Robbins, 43

³¹² Jameson, *The Cultural Turn*, 111

³¹³ Vgl. Whiteley

³¹⁴ Vgl. Jameson, *Postmodernism*, 36

³¹⁵ Ebda.

³¹⁶ Vgl. ebda., 4

³¹⁷ Vgl. ebda., 6

³¹⁸ Vgl. ebda., 1

Paradigmenwechsel in den Bezügen zu verschiedenen Technologien; ein Wechsel von der „Kultur der Moderne“ in ihrer „symbolischen Beziehung zu den Innovationen der großindustriellen Ära“, zur Postmoderne die in Verbindung „zu[r] Informationstechnologie“ steht.³¹⁹ Der *high modernism* versuchte dem Phänomen, das sich unter dem Kapitalismus bemerkbar machte (seinem Hang zur Flüchtigkeit und Fragmentierung, den schon Baudelaire in einem 1863 veröffentlichten Text beschrieben hat³²⁰) noch mit Innovationen (Picasso und Bracques Kubismus, Schönbergs Atonalität), der Flüchtigkeit und Zersplitterung in einem einheitlichen Kunstwerk und in der Zwischenkriegszeit mit einer stabilen Mythologie bzw. Ideologie entgegen zu arbeiten.³²¹ Die künstlerische Produktion ab der Zeit um 1960, war (nicht zuletzt mit der *Independent Group*, aber genauso mit Rauschenberg, den Nouveaux Realistes, Fluxus und schließlich der Pop Art) von der Affirmation dieser Flüchtigkeit, Vergänglichkeit, der Fragmentierung, der Diskontinuität, und des Chaotischen geprägt.³²² Das folgende Jahrzehnt der 60er Jahre, war eine Zeit des Übergangs zu einer *image*-, *media*- oder *consumer society*; der *high modernism* wurde kanonisiert und fand sich in einem akademischen Umfeld wieder.³²³ In Folge formierten sich die verschiedenste anti-modernistischen Bewegungen, eine Neue Linke und eine Jugendkultur, die von ikonoklastischen Gesten geprägt war; „the counter cultures explored the realms of individualized self-realization through a distinctive ‘new left’ politics, through the embrace of anti-authoritarian gestures, iconoclastic habits (in music, dress, language, and life style) (...).“³²⁴

Das Jahrzehnt zuvor war nichts anderes als die ökonomische Vorbereitung für diese neue Phase, dem *Late Capitalism*, der in direktem Zusammenhang mit dem *Postmodernism* steht, so Jameson; „after wartime shortages of consumer goods (...) , and new products and new technologies (not least those of the media) could be pioneered.“³²⁵ Der Fordismus, eine neue Periode der Massenproduktion, die in 1910er Jahren eingesetzt hatte (sich allerdings außerhalb der angelsächsischen Ländern zunächst nur langsam durchsetzte), erlebte in der Nachkriegszeit ihre Neuauflage in einem ganz anderen und vergrößertem Maßstab: „Mass production meant standardization of product as well as mass consumption: and that meant a whole new aesthetic and a commodification of culture (...). [T]he progress of Fordism

³¹⁹ Fredric Jameson, Kathrin Bergenthal, Im Gespräch. Immer engere Räume, <http://www.freitag.de/2001/10/01101301.htm>

³²⁰ Vgl. Harvey, 10

³²¹ Vgl. ebda., 29f.

³²² Vgl. Harvey, S.44

³²³ Vgl. Jameson, Postmodernism, S.4

³²⁴ Harvey, S.38

³²⁵ Jameson, Postmodernism, xx

internationally meant the formation of global mass markets and the absorption of the mass of the world's population, outside the communist world, into the global dynamics of a new kind of capitalism."³²⁶ Der kulturelle wie der ökonomische Bereich fiel nun mit einem Mal zusammen und gestaltete neue „superstructures“ die von einer vollkommen neuen Dynamik gekennzeichnet waren.³²⁷

Dieser Einschnitt um 1960 geht mit der Ausformung von bestimmten Phänomenen einher; ganz zentral ist hier die Bilderflut, „die Tatsache, dass wir jeden Tag mit Bildern bombardiert werden.“³²⁸ Seit diesem Einschnitt nehmen die Bilder der Werbung, der Massenmedien eine zunehmend bedeutende Rolle in kulturellen Praktiken und als Bestandteil der „growth dynamics of capitalism“ ein.³²⁹ Der soziale Raum ist nun vollends mit Bildern saturiert.³³⁰ Wie schon die Untersuchungen der Independent Group und Alloways Fine art-Popular art continuum reflektiert wurde, erzeugte diese Bilderflut einen Pluralismus, eine Antihierarchie; es entstanden Schnittstellen zwischen Medien die zuvor im *high modernism* noch streng getrennt worden waren. Zentral wurde so auch die Auflösung der im *high modernism* abgesteckten Grenze zwischen Massen- und Hochkultur - „the effacement (...) of the older (essentially high modernist) frontier between high culture and so-called mass culture (...)“³³¹. Die *Independent Group* antizipierte mit ihrer Arbeit und Analyse der Techniken der Popkultur, ihren Codes, und nicht zuletzt mit der Vergnügungsparkarchitektur von *This is Tomorrow* die architektonische Postmoderne und im Besonderen die Ideen, die in dem Text *Learning from Las Vegas* (1968/1978) von den Architekten Robert Venturi, Denise Scott Brown und Steven Izenour ausgebreitet wurden. Dieser Text war als ein Statement gegen die Moderne in der Architektur entworfen worden; ihre utopischen Ideale der Stadtplanung sollten nach Venturis, Scott Browns und Izenours Asicht verworfen werden. An die Stelle der „reinen Architektur“ des *high modernism* wurde die „gleichzeitige Verwendung mehrerer Medien“³³² in den Blickpunkt gerückt (wie schon die Gallerieräume von *This is Tomorrow* eine Affirmation und Fortsetzung der Strassen des East End gedacht waren). Die neue, postmoderne Architektur sollte sich nicht zuletzt in das heterogenen Stadtbild einfügen: „[T]hese newer buildings (...) no longer attempt, as did the masterworks and monuments of high modernism to insert (...) a new utopian language into the tawdry and commercial sign

³²⁶ Harvey, S.135 und 137

³²⁷ Vgl. Jameson, Postmodernism, xxi

³²⁸ Jameson, Bergenthal

³²⁹ Vgl. Harvey, 287

³³⁰ Vgl. Jameson, The Cultural Turn, 111

³³¹ Jameson, Postmodernism, S.2

³³² Vgl. Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, Lernen von Las Vegas. Zur Ikonographie und Architektursymbolik der Geschäftsstadt, Braunschweig 1979, 140

system of the surrounding city, but rather they seek to speak that very language, using its lexicon and syntax as that has been emblematically ‘learned from Las Vegas’”, wie Jameson bemerkt.³³³ Venturi, Brown und Izenour hatten selbst schon eine Linie von ihren Text zu der Pop Art gezogen und dem Lernen von den und Er-Lernen der “kommerziellen Formensprachen”: „Unsere Aufwertung der bestehenden, kommerziellen Zwecken dienstbar gemachten Architektur entlang der Highways steht ebenfalls in dieser kurzen Tradition solchen Neu-Lernens.“³³⁴

Ein Paradigmenwechsel machte sich um 1960 nicht nur in der Bildenden Kunst und Architektur bemerkbar, auch im Film und Literatur zeichnete sich ein Wechsel ab, der darauf aufmerksam macht, dass nicht nur bildende Künstler sich der „Veränderungen der Sinneswahrnehmungen“ (McLuhan)³³⁵, und damit der tief greifenden kulturellen Veränderungen sehr schnell bewusst wurden. Jean-Luc Godard³³⁶ (*A bout de souffle*, 1959), Alain Resnais (*L'Année dernière à Marienbad*, 1960/61), Chris Marker (*La Jetée*, 1962), Ingmar Bergman (*Tystnaden*, 1963), Fellini (*Otto e mezzo*, 1963) oder Michelangelo Antonioni mit *L'Avventura* (1959) suchten ab 1960 nun neue Wege der Filmerzählung bzw. ihre Auflösung. Nicht zuletzt war es Antonionis Film gewesen der an der Schwelle zu den 60er Jahren entstanden ist und zu den Filmen gehört, die dem populären Medium Film, „dem Kino zur Reife verholfen und es auf den gleichen Stand gebracht hat wie der zeitgenössische Roman und das Drama es waren“ (Seymour Chatman).³³⁷ Die neuen experimentierfreudige Autorenfilmer rückten nun neue Erzählformen im Film in den Vordergrund, und lenkten ihren Blick auf aufgelöste Erzählstrukturen, neuartige, von der Bilderflut beeinflusste Narrative und Methoden wie die Godardschen *jump-cuts*.

Ähnliche Techniken der Massenmedien bestimmten auch die Literatur. Schon Kafka war am Anfang des Jahrhunderts ein begeisterter Besucher des Kinos gewesen, das seit seiner Erfindung durch die Brüder Lumiere 1896 „in rasantem Tempo einen festen Platz in der zeitgenössischen Unterhaltungskultur erobert“ hatte.³³⁸ Kafka handelte hier schon den später von Theoretikern eines ideologisierten *high modernism* wie Clement Greenberg formulierten Purismus zuwider, nach dem sich auf das Material und die spezifischen Verfahrensweisen seines eigenen Mediums beschränken und es vermeiden sollte, Schnittstellen zwischen

³³³ Ebda., S.39

³³⁴ Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, Lernen von Las Vegas. Zur Ikonographie und Architektursymbolik der Geschäftsstadt, Braunschweig 1979, 16

³³⁵ McLuhan, S.19

³³⁶ Vgl. Jameson, Postmodernism, 1

³³⁷ Seymour Chatman, Paul Duncan (Hrsg.), Michelangelo Antonioni. Die Untersuchung, Köln 2004, S.62

³³⁸ Peter-André Alt, Franz Kafka: Der ewige Sohn. Eine Biographie, München 2005, 214f.

verschiedensten Medien und damit zu den neuen Massenmedien zu kreieren.³³⁹ Kafka ließ sich so– anders als die meisten seiner Schriftstellerkollegen - nicht davon abschrecken, dass diese Filme rein „für den Massengeschmack“ produziert worden waren (was viele Künstler und Intellektuelle veranlasste das Kino als künstlerische bedeutungslos abzutun) - genau im Gegenteil: Es waren gerade die trivialen Stoffe die ihn faszinierten. Ein weiterer Punkt der Kafkas Aufmerksamkeit erregte, war „die neue Wahrnehmungskultur, die das Medium [Film] erzeugt, indem es vertraute Abläufe durch Beschleunigung verfremdet“ und dass das Kino „mit seiner Logik der Bildfolge ästhetisch um[setzt], was zu den zentralen Erkenntnissen moderner Wissenschaft gehört: Die Relativierung der Raum- und Zeitkonstanten“.³⁴⁰ Die Phänomene dieses neuen Massenmediums weisen schließlich einen formalen Einfluss auf seine Prosa auf, wie auf den Roman „Der Verschollene“ (1912-1914), in der beschleunigte Bewegungsabläufe auftauchen.³⁴¹

Der Einfluss der neuartigen Phänomene der Massenmedien auf die Literatur – und mit der Medienüberschreitung ein Verstoßen gegen die Greenbergschen Dogmen - setzte sich nun auch ab Ende der 50er Jahre fort. Kulturelle Phänomene wie das Ende des Universalismus des *high modernism*, der neue Pluralismus der Bilderflut und die Dominanz des Raumes über der linearen Zeit³⁴² (die sich auch schon in *Parallel of Life and Art* in der nichtlinearen Installation bemerkbar gemacht hatte) wurden beispielsweise im *nouveau roman*³⁴³ eines Claude Simon und Alain Robbe Grillet oder auch in der Prosa Pierre Klossowskis reflektiert. Klossowski setzte in seinen Texten (beginnend mit dem Roman-Triptychon „Die Gesetze der Gastfreundschaft“, entstanden 1953 bis 1960 und in seiner Gesamtheit 1965 publiziert) „an die Stelle der unendlichen Einheit die unendliche Vielfalt, an die Stelle der linear verlaufenden Zeit, der Zeit des Heils und des Fortschritts die Zeit des gekrümmten Raums (...)“, wie Maurice Blanchot 1965 schrieb.³⁴⁴ In den Texten Simons und Robbe-Grilletts machte sich genauso ein Wechsel von der modernistischen Perspektive hin zu einer pluralistisch verstandenen Welt, in der verschiedenste Realitäten koexistieren, aufeinander treffen und sich gegenseitig durchdringen, bemerkbar; “a shift from the kind of perspectivism that allowed the modernist to get better bearing of the meaning of a complex but nevertheless singular reality, to the foregrounding of questions as to how radically different realities might coexist, collide,

³³⁹ Vgl. Wyss, 24

³⁴⁰ Alt, 214ff.

³⁴¹ Vgl. Alt 218

³⁴² Vgl. Jameson, Postmodernism, S.16

³⁴³ Vgl. Jameson, Postmodernism, S.1

³⁴⁴ Maurice Blanchot, Das Gelächter der Götter, in: Pierre Klossowski u.a., Sprachen des Körpers. Marginalien zum Werk von Pierre Klossowski, Berlin 1979, S. 79f.

interpenetrate“, so Harvey.³⁴⁵ Die Ausgangsbasis ist nun nicht mehr das klassische Narrativ. Verschiedene Abschnitte in den Texten geben sich zunächst als traditionelle Erzählung aus, stellen sich aber mit einem Mal als die Beschreibung eines Bildes (ein Gemälde das animiert wurde oder die Szene eines Film) – heraus: „[T]hese passages now lift us from the realm of linguistic problematics and linguistic philosophy into that of image society and media“, wie Jameson bemerkt³⁴⁶ - eine Feststellung die nun genauso auch auf Kafkas und Klossowskis Prosa zutrifft: „Großaufnahme, verzerrte Vision durch das Weitwinkelobjektiv, Zeitlupe, Zeitraffer, all diese Basistechniken des Films hat sich Pierre Klossowski (...) zueigen gemacht“, und er „hat selbst darauf hingewiesen, dass seine literarische Technik dem Film verpflichtet ist“ (Andreas Pfersman).³⁴⁷ Robbe-Grillet verfolgte diese Richtung konsequent weiter und steuerte das Drehbuch zu Resnais *L'Année dernière à Marienbad* bei, in dem diese Überwindung der Grenzen der Medien Roman und Film in den Blickpunkt tritt: Der Schriftsteller der mit dem Film „schreibt“ - der Roman als Film und der Film als Roman.³⁴⁸ Mit dem Bruch um 1960 tritt die Vorstellung zu Tage, dass die Kultur ein Raum, ein Kontinuum ist, der durch die nun unzähligen Kontaktpunkte, eine verwirrende Serie von optischen Effekten des „Fun House“ in der Ausstellung „This is Tomorrow“ ähnelt. Verschiedene Realitäten existieren im pluralistischen Raum nebeneinander, kollidieren oder gehen in einander über, markieren Schnitt- und Kontaktpunkte zwischen den Produzenten von kulturellen Artefakten und dem Publikum, worauf David Harvey hinweist: „[T]here are innumerable points of contact between producers of cultural artefacts and the general public: architecture, advertising, fashion, films, (...). It is not always clear who is influencing whom in this process.“³⁴⁹ Die Kultur, in der sich die Schnittpunkte zwischen Film, Werbung, Mode, Musik vervielfältigen, gleicht einem Spiegelkabinett, in dem die exakte Quelle kaum oder nur mehr schwer auszumachen ist. In diesem Kontext werden Spiegelungen von Prinzipien und Phänomenen aus der Avantgarde, des *high modernism* in der Massenkultur und umgekehrt virulent. Die Werbung, die „offizielle Kunstform des Kapitalismus“, ist nichts anderes als Hamiltons umgepolter, „positiver Dadaismus“, oder die Spiegelung Dadas die „Ad/Ad“ ergibt. Der ökonomische Bereich überschneidet sich genauso auch mit dem kulturellen; das bedeutet nun, dass auch die Produktion von Waren kulturell geworden ist und nicht zuletzt die

³⁴⁵ Harvey, 41

³⁴⁶ Jameson, Postmodernism, S.141

³⁴⁷ Andreas Pfersman, Die Erfahrung der Diskontinuität – Pierre Klossowski und die Moderne, in: Maria Jelenko-Benedikt, Wiener Secession (Hrsg.), Pierre Klossowski. Anima, Frankfurt am Main 1995, 22

³⁴⁸ Vgl. Benjamin Lenz, Vom Terrorismus des Schönen, in: Peter W. Jansen/ Wolfram Schütte (Hrsg.), Alain Resnais, München/ Wien 1990, S.8

³⁴⁹ Harvey, 59

Kultur sich genau so der Wirtschaft angleicht und sich der Produktion von Waren widmet.³⁵⁰ Die Künstler die „zu ihr einen Beitrag leisten“, werden nun zu Schnittpunkten, Schnittstellen, die Strategien und Techniken aus dem Kontext der high art in die *Popular Arts* der Massenmedien übersetzen und umgekehrt, wie Harvey feststellt: „The deployment of advertising as ‘the official art of capitalism’ brings advertising strategies into art, and art into advertising strategies (...).“³⁵¹

1.8 Fotografie und Film

Das „Prophetische“ an Hamiltons Arbeit war es, Werbestrategien in die Kunst zu übersetzen und künstlerische, bzw. modernistische Methoden und Techniken in die Massenmedien zu übertragen. Seine frühen „Pop-Fine Art“-Bilder sind hier exemplarisch; in ihnen verarbeitete er für sich die Ergebnisse der Untersuchungen der Independent Group - das „Überschneiden verschiedenster Repräsentationsstile und –methoden“.³⁵² Hamilton kontrastierte in seiner Malerei nicht nur Bilder aus *high* und *low*, sondern assimilierte auch die Techniken aus der Werbegrafik, den Massenmedien, und nicht zuletzt modernistische Techniken, die nun zu kommerziellen geworden sind. Eine Parallele zu Hamiltons Arbeit stellen auch Roy Lichtensteins Arbeiten dar in welchen der *high modernism* durch Comics vermittelt wird.³⁵³ Diese Überschneidungen, Übernahmen sind es nun was diese Arbeiten nun wie viele andere ab 1960 von jenen des high modernism weitgehend unterschied, in denen es alleine beim „Zitieren“ des populären Materials geblieben, das in Folge nur ein isolierter Fremdkörper geblieben war. Jameson vergleicht dieses „Assimilieren“ mit der modernistische Zitiertechnik in Mahlers Symphonik und Joyces Prosa – “they no longer simply quote [their materials] as a Joyce or a Mahler might have done, but incorporate [it] into their very substance.“³⁵⁴ Ähnlich wie Hamilton übersetzte auch andere Künstler wie Warhol Techniken oder Methoden der Werbung in die Kunst, brachte neuartige Werbestrategien in die Kunst, die sich nicht nur in den Arbeiten selber zeigten, sondern auch in seinem Atelier, das zu einer „factory“ wurde, in

³⁵⁰ Vgl. Jameson, *The Cultural Turn*, S.73

³⁵¹ Harvey, 63

³⁵² Foster, *On the First Pop Age*

³⁵³ Vgl. bda.

³⁵⁴ Fredric Jameson, *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham 1991, S.3

welcher der der Künstler nicht mehr selbst in einem Medium tätig sein musste sondern mehr als Produktionsleiter mit verschiedensten Medien agierte.³⁵⁵

In Bildern wie „Hers is a lush situation“ (1958) arbeitet Hamilton wie ein Werbegrafiker; seine Arbeiten sollten einen psychologischen Effekt durch diese Codes erzielen, wie dies in der Werbung geschieht: „Like an ad-man, then, Hamilton tabulates –as in correlates- different media and message and tabulates - as in calculates - this correlation in terms of visual appeal and psychological effect.“³⁵⁶ Hamilton bezeichnete seine Gemälde als „tabular pictures“, nach dem lateinischen „tabula“, was Tafel(-bild), aber genauso auch Schreibtafel bedeutet. Der Titel, aus Magazinen und Werbung übernommen, korrespondiert mit dem Bildinhalt, der bildlich („pictorial“) aber auch auf einer anderen Ebene lesbar ist. Dies bedeutet, dass seine Bilder die hybride Charakteristik, die beiden visuell-verbalen Techniken beinhalteten, die Hamilton in den Massenmedien gefunden hatte; „his pictures register the traces of the visual-verbal hybrid characteristic of the magazine spread or the tabloid layout“³⁵⁷, etwas das auch schon von Max Ernst in seiner „Übertragung von Sprachbildern in Bildern“ in den 1920er Jahren erprobt worden war.³⁵⁸

Die Künstler und Theoretiker der *Independent Group* interessierten sich für die neuartigen Codes, die nach dem Krieg mit der Bilderflut virulent geworden waren; “a code which formed part of the game operating between the consumer and creator of the image.”³⁵⁹ Vilém Flusser machte darauf aufmerksam, dass diese Codes mit Phänomenen der „Farbexplosion“ (und so auch mit der Bilderexplosion oder Bilderflut) nach dem Zweiten Weltkrieg in Zusammenhang stehen: „Vergleichen wir unsere Lage mit jener, wie sie noch vor dem Zweiten Weltkrieg bestand, dann beeindruckt uns die relative Farblosigkeit des Vorkriegs. (...) Unsere Umgebung ist von Farben erfüllt, welche Tag und Nacht, in der Öffentlichkeit und im Privaten, kreischend und flüsternd, unsere Aufmerksamkeit erheischen.“³⁶⁰ Der Mensch wird ab nun von „bedeutungsvollen Farben berieselt“, und von „Oberflächen (Bildern) programmiert.“³⁶¹ Eine Eigenschaft dieses neuen Bildes ist eine neue Tiefenlosigkeit oder Flachheit, wie auch Jameson anmerkt: „a new kind of flatness or depthlessness, a new kind of superficiality in the most literal sense.“³⁶² Der „Imaginationsprozess“ den die neuen Bilder

³⁵⁵ Vgl. Jack Bankowsky etc., Pop After Pop. A roundtable, Artforum, Issue October 2004, <http://www.artforum.com/inprint/id=7664>

³⁵⁶ Foster, The First Pop Age

³⁵⁷ Ebda.

³⁵⁸ Vgl. Werner Spies, „Meine Unruhe, meine Glauben“, in Spies, Max Ernst. Retrospektive zum 100. Geburtstag, 46

³⁵⁹ Massey, 85

³⁶⁰ Vilém Flusser, Die kodifizierte Welt, in: Vilém Flusser, Stefan Bollmann (Hrsg.), Medienkultur, S. 21

³⁶¹ Ebda., 21f.

³⁶² Jameson, Postmodernism, S.9

der Reproduktionsmedien wie der Fotografie auslösen, unterscheidet sich nun fundamental von jenem der Malerei.³⁶³ Ein Bild des *high modernism* wie Van Goghs „Bauernschuhe“ (1887), evoziert langsam die fehlende „Objektwelt“, beschwört ihre gelebte Umwelt herauf, wie „the heavy tread of the peasant woman, the loneliness of the field path, (...), the worn and broken instruments of labour in the furrows and the hearth“.³⁶⁴ Die Materialität dieser Lebenswelt wird von Van Gogh in die Materialität der Ölfarbe übersetzt, eine Materialität, die sich nur schwer eins zu eins reproduzieren lässt. Einen Gegensatz dazu stellt nun Warhols Arbeit „Diamond Dust Shoes“ dar, deren Reproduktionstechnik die Materialität unterdrückt und damit nicht mehr so unmittelbar zum Betrachter „spricht“. Jameson geht sogar so weit zu bemerken, dass Warhols Arbeit möglicherweise sogar vollkommen „stumm“ bleibt, sich dem Betrachter verschließt, und eine hermeneutische Leseart - wie bei Van Gogh - unmöglich macht.³⁶⁵ Am ehesten, so Jameson, wird hier durch diesen Haufen toter Objekte eine Katastrophe in einem Tanzsaal - oder gar ein Massenmord wie er in Auschwitz geschah - evoziert; allerdings ist es dann noch immer kaum möglich diese hermeneutische Geste zu vollenden: „Here (...) it is as though the external and colored surface of things - debased and contaminated in advance by their assimilation to glossy advertising images - has been stripped away to reveal the deathly black-and-white substratum of the photographic negative which subtends them“.³⁶⁶

Die Fotografie und das fotografische Negativ spielt hier nun eine bedeutende Rolle und bringt auch genau dieses Todelement ein, wie auch Roland Barthes in anbetracht seines eigenen fotografischen Porträts beobachtet hat: „[Ich bin] GANZ UND GAR Bild geworden (...), das heißt der TOD in Person“.³⁶⁷ Wie Jameson bemerkt ist dieses Moment aber nicht unbedingt eine Frage des Inhalts; so ist der Tod nicht nur in Warhols Arbeiten präsent, in dem dieser Inhalt ist (wie in den „Electric Chair“ und „car accident“ Serien), sondern ist auf eine „fundamentale Mutation in der Objektwelt“ die nun „a set of texts or simulacra“ geworden ist, zurückzuführen.³⁶⁸ Die Fotografie reproduziert scheinbar Leben, tatsächlich jedoch entzieht sie dem Subjekt gleichzeitig Leben und Identität, wie Jean-Luc Godard feststellt: „[In] fact we were taking out the identity of nature, and then since there was some morality in the culture, it was done in black and white, the color of mourning.“³⁶⁹ Allerdings konnte auch die

³⁶³ Vgl. Sontag, Über Fotografie, 135

³⁶⁴ Jameson, Postmodernism, S.8

³⁶⁵ Vgl. ebda.

³⁶⁶ Ebda. S.9

³⁶⁷ Roland Barthes, Die Helle Kammer. Bemerkung zur Fotografie, Frankfurt am Main 1985, S.23

³⁶⁸ Vgl. Jameson, Postmodernism, S.9

³⁶⁹ Gavin Smith, Jean-Luc Godard, Film Comment March/April 1996. Wieder abgedruckt in: David Sterritt (Hrsg.), Jean-Luc Godard. Interviews, S. 181f.

Farbexplosion nach dem Krieg dieses Todelement nicht verbannen, so Godard: „[The] first Technicolor, and Technicolor still today, is more or less the color not of real flowers but the flowers on funeral wreaths.“³⁷⁰

Flusser weist wie Jameson auf das zentrale Moment der neuen reproduzierten Bilder hin, der sie grundlegend von den alten unterscheidet: „Vor-moderne Bilder sind Produkte des Handwerks („Kunstwerke“), nach-moderne sind Produkte der Technik.“³⁷¹ Das Fehlen der Materialität, der Übertragung der einen in die andere Materialität oder die individuelle Handschrift des Autors ist es nun, die genau dieses Gefühl des Unbelebten hervorruft – die Abwesenheit des Menschen: „Zum ersten Mal entsteht ein Bild von der uns umgebenden Welt automatisch, ohne schöpferische Vermittlung des Menschen (...). Alle Künste gründen auf der Anwesenheit des Menschen; nur in der Photographie genießen wir seine Abwesenheit.“³⁷² An Stelle der Materialität von Graphit oder Farbe tritt nun die Immaterialität fotografisch fixierter Schatten, wie der Künstler Christian Boltanski - in dessen künstlerischer Arbeit das Todelement der durch die Fotografie evoziert wird einen zentralen Platz einnimmt - feststellt: „Zunächst mal erinnern (...) mich [die Schatten] an Tote, man spricht vom Schattenreich; dann gibt es auch eine unmittelbare Beziehung zur Photographie; auf Griechisch bedeutet das: mit Licht schreiben; ein Schatten ist also eine primäre Photographie.“³⁷³

Sontag rückt die Fotografie in die Nähe der Sprache; diese ist zunächst Mal nur ein reines Medium, das jeder verwendet (und aus dessen Gebrauch muss nicht sofort Kunst entstehen muss): „Aus Sprache lassen sich wissenschaftliche Abhandlungen machen, (...) Liebesbriefe, Einkaufslisten und Balzacs Paris. Mit Hilfe der Fotografie lassen sich Passbilder und Wetteraufnahmen (...) und Atgets Paris [machen].“³⁷⁴ Ein (Massen-)Medium wie die Fotografie unterscheidet sich so grundlegend von den traditionellen, elitären Schönen Künsten (den „Fine Arts“), denn ihm verliert „das einzelne Werk, ein ‘Original’, das von einem Individuum geschaffen wurde“ und die „Hierarchie der Thematik“³⁷⁵ an Bedeutung. Gleich der Sprache produziert die Fotografie nun Texte; mit der Dominanz der Massenmedien, der Fotografie, des Film, kulturellen Bildern die sich im gesamten sozialen Raum ausgebreitet hat, haben sich nun die Phänomene dieser spezifischen Medien auf die

³⁷⁰ Ebda., S.182

³⁷¹ Flusser, Medienkultur, S. 22

³⁷² André Bazin, Ontologie des photographischen Bildes, in: Bazin, Robert Fischer (Hrsg.), Was ist Film?, Berlin 2004, S.37

³⁷³ Doris von Drathen, Der Clown als schlechter Prediger, Kunstforum Band 113, Mai/ Juni 1991, <http://www.kunstforum.de/zeitmodelle/archiv/baende/113/113033.htm>, (Stand 30.07.01)

³⁷⁴ Sontag, 144

³⁷⁵ Susan Sontag, Über Fotografie, Frankfurt am Main, 1980, 145

gesamte künstlerische Produktion ausgeweitet: „The former work of art, (...) has now turned out to be a text, whose reading proceeds by differentiation rather than by unification.“³⁷⁶ Mit der Fotografie gerät so aber auch die ihr eigene visuelle Heterogenität in den Blickpunkt - eine Heterogenität die auch schon die modernistische Idee der Geschlossenheit und Einheit von Malraux' *musée imaginaire* untergraben hatte.³⁷⁷ Dieses heterogene Blickfeld der Fotografie, die alles abbilden, Alles absorbieren kann, verschleiert in Folge die medienspezifischen Eigenschaften dieses Mediums. „Die Fotografie (...) versichert dem Betrachter (...), dass an der Kunst nichts schwieriges ist; sie vermittelt den Eindruck, dass es bei ihr mehr um Dinge als um Kunst geht“, wie Susan Sontag diesen Effekt beschreibt.³⁷⁸ Paradoxerweise ist es gerade das Phänomen, daß ein Medium von sich auf den Inhalt eines anderen Mediums wegweist, das nach McLuhan nun den spezifische Effekt eines Mediums verstärkt; dieser Effekt ist allerdings letztlich auch unabhängig von seinem programmatischen Inhalt³⁷⁹, der von der eigentlichen Beschaffenheit des Mediums wegweist: „Indeed, it is only too typical that the “content” of any medium blinds us to the character of the medium.“³⁸⁰ Wie auch Bazin bemerkte, ist so die Qualität der Fotografie nicht von belang, mag sie auch unscharf, oder ihrer Farbe beraubt sein: „Die Photographie profitiert von einer Wirklichkeitsübertragung vom Ding auf seine Reproduktion, Obgleich eine sehr getreue Zeichnung weit mehr Auskünfte über das Modell gibt, wird sie, unserem kritischen Geist zum Trotz, doch nie die irrationale Macht der Photographie besitzen, der wir Glauben schenken.“³⁸¹

Wie Sontag bemerkte ist die Fotografie nicht zuletzt auf Grund dieses Phänomens, von sich weg auf das Dargestellte zu verweisen „das erfolgreichste Vehikel des modernen Geschmacks in seiner Pop-Version“. ³⁸² Sie sieht in Fotografie eine Parallele zu den Arbeiten aus dem Kontext der Pop Art wie eines Lichtenstein, Warhol, Oldenburg, die anders als die Arbeiten der Malerei des *high modernism* kein Wissen voraussetzen, um vom Betrachter verstanden zu werden, dem Betrachter nicht alleine als Kunst erscheinen, und auf die auf die dargestellten Objekte und damit von sich wegweisen.

Schließlich wurde es mit der Arbeit mit den populären Medien Fotografie und Film auf diese Weise möglich, durch ihre unhierarchischen Heterogenität, die imstande ist Inhalte aus vielfältigen Kontexten zu absorbieren, „avantgardistische Ambitionen mit den Segnungen des

³⁷⁶ Jameson, Postmodernism, S.31

³⁷⁷ Vgl. Crimp, On the Museum's Ruins, 53

³⁷⁸ Susan Sontag, Über Fotografie, Frankfurt am Main 1980, S. 127

³⁷⁹ McLuhan, 19

³⁸⁰ McLuhan, 9

³⁸¹ Bazin, 37

³⁸² Sontag, ebda.

Kommerzialismus zu versöhnen.“³⁸³ Ähnlich wie in Malraux' virtuellem *musée imaginaire* sind die Bilder und Innovationen wie die der Vergangenheit, des *high modernism* die Bilder der Popkultur) nun einfach in Form des Mediums Fotografie unhierarchisch abrufbar und kombinierbar. Dies geschieht in einem Kontext in dem die immer schnelleren Mode- und Stiländerungen die die Warenproduktion, Werbung und Konsum bestimmen³⁸⁴, der modernistischen Avantgarde entnommen worden sind, wie Jameson bemerkt: „[C]ommodity production and in particular our clothing, furniture, buildings, and other artefacts are now intimately tied in with styling changes which derive from artistic experimentation; our advertising, for example, is fed by modernism in all the arts and inconceivable without.“³⁸⁵ Mit den Techniken und Phänomenen der Avantgarde wurde nun auch die ästhetische Produktion in die Warenproduktion integriert.³⁸⁶ „Die offizielle Kunst des Kapitalismus“ absorbierte nun Alles außerhalb der „commercial culture“: „[It absorbed] all forms of high art and low, along with image production itself“³⁸⁷.

Nicht zuletzt wurden die Avantgarde-Techniken des *high modernism* Teil von Werbestrategien. Künstler wie Hamilton und Bailey übersetzten, überführten Techniken des *high modernism* in die Massenkultur (was schon in der Arbeit eines Moholy Nagy in den 20er und 30er Jahren angelegt war). Die ursprünglich avantgardistischen Techniken des *high modernism* erlangten in den 1960er Jahren wie das Bild Warencharakter und waren nicht mehr länger isolierte Vorreiter: „With Warhol and the 1960s the period of classic avant-garde as High Culture came to an end as its critical and revolutionary implications were reabsorbed by Consumer Society (...)“ (Jencks).³⁸⁸ Die Fotografie als „ein Medium, durch das (unter anderem) Kunstwerke vermittelt werden“³⁸⁹, ermöglicht den Techniken des *high modernism* nun eine extrem gesteigerte Breitenwirkung. Mit Hilfe eines Massenmediums wie der Fotografie, die jeglichen Inhalt egalisiert, wurde es so möglich Schnittstellen zwischen hochmodernistischen und popkulturellen Bereichen zu gestalten. Die Künste konnten sich nun diesen „demokratischen“ und demokratisierenden Reproduktionsmedien wie der Fotografie kaum entziehen, die „neue Ambitionen für die Künste propagiert (und kreiert)“ und diese schließlich auch in „Medien“ verwandelt haben.³⁹⁰

³⁸³ Sontag, 127

³⁸⁴ Jameson, Postmodernism and Consumer Society, S.19

³⁸⁵ Ebda.

³⁸⁶ Vgl. Jameson, Postmodernism., S.4

³⁸⁷ Jameson, The Cultural Turn, 135

³⁸⁸ Charles Jencks, The Post-Avant-Garde, in: Charles Jencks (Hrsg.), The Post-Modern Reader, London/ New York 1992, S.219

³⁸⁹ Sontag, 127

³⁹⁰ Vgl. Sontag, 144

2. David Bailey: Ein Fotograf in den 1960er Jahren

2.1 Kindheit im East End: Kino, Malerei und Fotografie

David Bailey wurde 1938 im East End „on the street next to Alfred Hitchcock’s“ geboren, in einem Teil Londons, dessen Bewohner nach Bailey zumeist anglikanischen und jüdischen *background* hatten.³⁹¹ Seine Familie war nach seiner Einschätzung nach „straight out of Dickens“³⁹² und sich selbst bezeichnet er oft als „the last of the cockneys“³⁹³ - wie der soziale Hintergrund die meisten Mitglieder der *Independent Group* war jener Baileys die *working class*. Sein Vater Bert war Schneider; und er ließ sich auch in seiner Freizeit selten zuhause blicken: „I hardly saw him. He was always out bonking other women (...). They were barmaids and things.“³⁹⁴ Bert erhoffte sich nun, dass sein Sohn dasselbe Handwerk ergreifen würde.³⁹⁵ Wie Bailey feststellte, waren die Zukunftsaussichten eines „East Enders“ tatsächlich ziemlich eingeschränkt; alles was man werden konnte, war „a boxer, a car thief, or maybe a musician“, wie er ironisch anmerkt³⁹⁶; doch die Interessen des jungen David gingen von Anbeginn in eine völlig andere Richtung.

Wie dieser sich später in einem Interview erinnerte, war zunächst der einzige kulturelle Einfluss den er erfuhr das Kino Hollywoods der 40er Jahre, das für Baileys spätere fotografischen Arbeiten zunächst sogar wichtiger sein sollte als die Tradition der Fotografie, in der er sich erst später vertiefen sollte. Das Kino war für ihn beinahe an jedem Tag der Woche existent, und Teil des Lebens. Für Bailey war der Film der erste und zunächst einzige kulturelle Einfluss: „[T]he only cultural input was Hollywood. My whole cultural influence is really Hollywood – old Hollywood, `40s Hollywood“³⁹⁷ Er hatte hier den ersten und prägenden Kontakt mit einem Medium, das es der (Massen-)Kultur es ermöglichte, sich auf alle Lebensbereiche explosionsartig auszudehnen. Der Film trug zu jener „expansion of culture throughout the social realm“ bei, die Jameson beschreibt, eine Erweiterung der Kultur auf alle Lebensbereiche, die in Folge auch Einfluss auf die Psyche hatte³⁹⁸, wie auch Godard

³⁹¹ Vgl. David Bailey im Gespräch mit Charles Gandee, Kodak, PDN Legends Online, <http://www.kodak.com/global/en/professional/features/legendsV5Q1/interview01.jhtml> (Stand 10.04.01)

³⁹² David Bailey im Gespräch mit Melissa Denes, In the raw, The Guardian, September 17, 2005, <http://www.guardian.co.uk/arts/features/story/0,11710,1572028,00.html>

³⁹³ Bailey im Gespräch mit Gandee

³⁹⁴ Vgl. David Bailey im Gespräch mit Deborah Ross, He shoots, he scores: The Deborah Ross Interview – David Bailey, in: The Independent, 14. Januar 2002,

http://www.findarticles.com/p/articles/mi_qn4158/is_20020114/ai_n9673935 (September 2006)

³⁹⁵ Martin Harrison, David Bailey: Birth of the Cool. 1957-1969, Viking Studio, New York, 1999, S.15

³⁹⁶ Ebda.

³⁹⁷ Bailey im Gespräch mit Gandee

³⁹⁸ Vgl. Jameson, Postmodernism, S.48

feststellte: „[T]he cinema immediately took possession of everything“³⁹⁹. Susan Sontag kam wie Godard zum selben Schluß und beschrieb die Wirkung des Hollywoodkinos als dominierenden Einfluss auf die Kultur, auf das gesamte Leben, ein Einfluss dem man sich kaum entziehen konnte, hatte man die verführerische Bilderflut des Films erst einmal für sich entdeckt...

Cinema was both the book of art and the book of life. (...) Until the advent of television emptied the movie theaters, it was from a weekly visit to the cinema that you learned (or tried to learn) how to walk, to smoke, to kiss, to fight, to grieve (...) But whatever you took home was only a part of the larger experience of submerging yourself in lives that were not yours. The desire to lose yourself in other people's lives... faces.⁴⁰⁰

Sontag (geb. 1933) gehörte nun derselben Generation wie Bailey an, einer Generation die mit der Bilderflut der Massenmedien wie dem Kino aufgewachsen war. Ein weiterer Generationsgenosse Baileys ist Woody Allen (geb.1935), dessen Erinnerungen an das Kino seiner Kindheit sich auffallend mit jenen Baileys und Sontags decken. Allen, der in Brooklyn aufwuchs, erinnert sich genauso wie dieser an die „verzaubernde Wirkung“ der filmischen Bilderflut: „(...) I got very entranced by films. (...) there were about 25 movie-theatres to go within walking distance of my home. So I spend endless time at the movies.“⁴⁰¹ Allen macht im Übrigen noch auf die Bilderflut aufmerksam, der man als Kinobesucher ausgesetzt war: “In those days the studios were making many, many pictures every year, and in the space of one month one would see pictures with James Cagney and Humphrey Bogart and Gary Cooper and Fred Astaire and pictures by Disney and... it was just astonishing, the abundance.”⁴⁰² Allen erinnert sich dazu noch, dass er der Hitze des New Yorker Sommers entflohe, in dem er das “air-conditioned movie house” ab den frühen 1940er Jahren so fünf bis sechs Mal in der Woche besuchte.⁴⁰³ Auch Bailey und seine Familie besuchten beinahe täglich das - im kühlen England allerdings zumeist beheizte - Kino, da es für sie billiger war als zuhause zu bleiben und das Haus zu heizen: „We'd go to the cinema seven times a week; it was cheaper than stying home because you didn't have to put money into the gas machine that kept the fires going in the house“. ⁴⁰⁴

³⁹⁹ Jean-Luc Godard über seine Histoire(s) du Cinéma, zitiert in: MacCabe, 296

⁴⁰⁰ Susan Sontag, The Decay of Cinema, in: The New York Times, 25. Februar 1996,

http://partners.nytimes.com/books/00/03/12/specials/sontag-cinema.html?_r=1&oref=slogin (14.9.2006)

⁴⁰¹ Woody Allen im Gespräch mit Stig Björkman (Hrsg.), Woody Allen on Woody Allen, New York 1994, S.2

⁴⁰² Ebda.

⁴⁰³ Vgl. ebda.

⁴⁰⁴ Bailey im Gespräch mit Gandee

Wie Truffaut anmerkte, (für den das Kino ab etwa 1940 genauso zum wichtigsten Zufluchtsort seiner Kindheit wurde⁴⁰⁵), war der entscheidende Eigenschaft des Films die „Wirklichkeit zu übertreffen“, in dem es den „fremdartigsten Ereignissen oder bizarrsten Wesen Plausibilität verleihen konnte und damit die Elemente einer Mythologie aus Bildern aufbaute“, und der Film in seinen ersten fünfzig Jahren so „von enormen Reichtum“ war.⁴⁰⁶ Auch heute, so stellte er fest, ist es nicht leicht „anmutiger als Fred Astaire (...), für einen Vamp, geheimnisvoller und gefährlicher als Marlene Dietrich, für einen Komiker, erfindungsreicher und komischer als Charlie Chaplin zu sein“.⁴⁰⁷ Die beginnende Globalisierung, die mit dem Eintreffen der Massenmedien und ihrer „Mythologie“ Wirkung zeigt, wird besonders daran bemerkbar, dass es - wie für Allen und Truffaut - auch besonders die Filme mit Astaire waren, die Baileys Erinnerungen dominierten: „I thought Fred Astaire was the most glamorous thing in the world.“⁴⁰⁸ Das Kino stellte auch für Bailey eine Zuflucht von dem Alltag dar der für ihn voller Widrigkeiten war. In der Schule war er schlecht in allen Fächern, da ihm Legasthenie ihm Probleme bereitete. Er begeisterte sich für Ornithologie, ließ ab dem Alter von 10 Jahren davon ab Fleisch zu essen⁴⁰⁹ und den weit gepflegten Sport Fußball mochte er nicht: „I thought it was a silly game and still do.“⁴¹⁰ Das einzige worin er alle anderen Kinder in der Schule übertraf war das Zeichnen und Malen: „I always painted because it was the only thing I could do.“⁴¹¹ Dies führt er darauf zurück, dass ihn seine Legasthenie einfach in diese Richtung drängte.⁴¹² Hier wird nun auch Baileys unhierarchische Zugangsweise erkennbar, die in vielen Aspekten jener der Independent Group und besonders Richard Hamiltons übereinstimmt, denn wie für den 16 Jahre älteren Hamilton wurde besonders - neben der populären Kunstform Film - die Begegnung mit Picassos modernistischen Arbeiten zu einer grundlegenden Erfahrung - „it changed my life“, wie Bailey dazu bemerkt.⁴¹³

Er begann nun auch zu fotografieren, doch er interessierte sich mehr für die mit diesem Medium verbundenen chemischen Prozesse der Filmentwicklung.⁴¹⁴ Mit 16 Jahren begann er die Fotografie ernsthafter zu betreiben, nachdem er einige Fotos gesehen hatte, die seinen

⁴⁰⁵ Vgl. Antoine de Baecque, Serge Toubiana und Robert Fischer (Hrsg.), Francois Truffaut. Biographie, Köln 1999, S.46

⁴⁰⁶ Francois Truffaut, Robert Fischer (Hrsg.), Die Lust am Sehen, Frankfurt am Main, 1999, S.53

⁴⁰⁷ Ebda.

⁴⁰⁸ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁴⁰⁹ Vgl. David Bailey im Gespräch mit Nicholas Wroe, The king of prints, The Guardian, 10. Februar 2001, http://www.guardian.co.uk/saturday_review/story/0,3605,435909,00.html

⁴¹⁰ Bailey im Gespräch mit Ross

⁴¹¹ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁴¹² Vgl. Bailey im Gespräch mit Wroe

⁴¹³ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁴¹⁴ Vgl. ebda.

Enthusiasmus schürten. Sein Interesse für Jazz – er spielte Trompete – ließen ihn zunächst Albumcover des Fotografen William Claxton entdecken. Das Foto, das seinen fotografischen Ambitionen vollkommen zum Durchbruch verhalf, war allerdings Cartier-Bressons „Kashmir, 1948, Muslim Woman Praying at Dawn in Srinigar“⁴¹⁵, das er 1955 das erste Mal sah. In diesem Jahr war Cartier-Bressons Arbeit auch zentraler Teil von Edward Steichens zeitgleicher Ausstellung „The Family of Man“ gewesen.⁴¹⁶

Die Begegnung mit Cartier-Bressons und Picassos Werk ließen in ihm den Wunsch aufkommen, die Fotografie und die Malerei nun ernsthafter zu betreiben, doch als Kind der *working class* mit nur wenig finanziellen Mitteln stand er vor unüberwindbaren Hindernissen die Fotografie zu seinem Beruf zu machen. Es blieb ihm – nachdem er mit 15 Jahren die Schule verlassen musste – nichts anderes übrig als sich mit anderen Jobs durchzuschlagen, die ihn jedoch schon in die Nähe seiner späteren Arbeit bringen sollte. Er arbeitete zunächst nun Teppich- und Schuhverkäufer, aber schon bald auch als Schaufensterdekorateur, bei der „Yorkshire Post“ und schließlich für *20th Century Fox*⁴¹⁷. Schon Baileys frühe Laufbahn ähnelt hier jener Hamilton, aber auch Godards, der wie Bailey visuell begabt war und frühe Ambitionen hinsichtlich der Malerei gehegt hatte⁴¹⁸: Ähnlich wie Bailey setzte er seine malerischen Versuche nicht fort, sondern machte er seine ersten praktischen Erfahrungen mit neuen kommerziellen Massenmedien – so beispielsweise mit dem Fernsehen schon zu Beginn der 50er Jahre (er arbeitete für das Schweizer Fernsehen in Zürich)⁴¹⁹, und schließlich arbeitete er wie Bailey für *20th Century Fox*.⁴²⁰

2.2 Bilder für die Warenökonomie: Die Erschließung der Youth culture

Nach diesen frühen Erfahrungen mit der Produktion der Massenmedien, wurde wurde Bailey 1956 in die *Royal Air Force* eingezogen und trat seinen Dienst als Fallschirmjäger an. Bailey hatte Glück, dass ihm meistens viel Freizeit blieb; trotz seiner Legasthenie las er viel (bevorzugt Russische Literatur wie Tolstoj und Dostojewski), aber vertiefte sich auch in die

⁴¹⁵ Gandee

⁴¹⁶ Sh. Steichen, *The Family of Man*, S.156f.

⁴¹⁷ Vgl. Bailey im Gespräch mit Gandee

⁴¹⁸ Vgl. Colin MacCabe, *Godard. Portrait of the Artist at Seventy*, London und New York 2003, 36

⁴¹⁹ Vgl. ebda., S.40

⁴²⁰ Godard übernahm nun für zwei Jahre den Posten im Büro dieses „majors“, und trat so an die Stelle eines anderen Kritikers der Cahiers, Claude Chabrol, der nun selber Filme machen wollte und Godard als seinen Nachfolger für das Büro rekrutiert hatte. Vgl. ebda., 87f.

Fotografie von Zeitschriften und widmete sich der Malerei.⁴²¹ Nicht zuletzt gelang es ihm in Singapur – wo er stationiert war – seine erste einigermaßen brauchbare Kamera zu bekommen, eine billige Kopie einer Rolleiflex: „Singapore was a tax-free port and when I bought a packet of cigarettes they’d throw in a camera practically for free“⁴²². Mit dieser machte er auch seine ersten professionellen Fotos, Selbstportraits Portraits seiner Freundin.

Zurück in London, im August 1958, versuchte er seine Ambitionen als Fotograf in die Tat umzusetzen. Er machte sich mit der Fotografie amerikanischer Magazine vertraut⁴²³; er musste allerdings entdecken, dass ihn die in Magazinen wie National Geographic gepflegte Landschaftsfotografie kaum zusagte. Ihm lagen mehr die Porträt- und Modearbeiten in Modemagazinen wie Vogue und Harper’s Bazaar, und folgerichtig bewarb er sich bei einigen Werbe- und Modefotografen, darunter Tony Armstrong-Jones, dem späteren Lord Snowdon. Bailey wurde schließlich im Juni 1959 als dritter Assistent des Modefotografen John French aufgenommen.⁴²⁴ Bei French rückte er in elf Monaten bis an die erste Assistentenstelle hinauf.⁴²⁵

Obwohl es bis dahin für aufstrebenden Künstler aus dem East End eher unmöglich schien zu den Kreisen der Werbung und Mode Zugang zu haben, da dies ausschließlich eine Domäne der *Upper* und *Upper Middle Class* darstellte, machte sich doch bemerkbar, dass Klassenbarrieren nun leichter zu überwinden waren als zuvor: “People suddenly realized that even if you didn’t have the ‘right’ accent you could still do things. It was as much a social revolution as anything.”⁴²⁶ Bailey erinnert sich in einem Interview, dass die Klassenbarrieren (*class thing*, wie Bailey sie nennt) allerdings noch weit verbreitet waren...

(...) [I]t was actually worse than people can imagine. If you had a Cockney accent, or any accent, they wouldn’t let you through the door – you were completely fucked. I remember taking a picture up to Town magazine and Jocelyn Stevens [the editor] thought I was a messenger. He said ‘Tell Mr. Bailey we’ll call him.’⁴²⁷

Bailey bekam mit nur 21 Jahren im Juli 1960 einen Vertrag bei dem Modemagazin *Vogue*⁴²⁸, was Bailey unter den herrschenden, widrigen Umständen als „miracle“ bezeichnet hat.⁴²⁹

⁴²¹ Vgl. Bailey im Gespräch mit Gandee

⁴²² Ebda.

⁴²³ Vgl. Harrison, 16

⁴²⁴ Vgl. Harrison, 25

⁴²⁵ Vgl. Bailey im Gespräch mit Gandee

⁴²⁶ Ebda.

⁴²⁷ Lynn Barber, „Di wasn’t a great beauty“, in: The Observer, 20. November 2005, <http://www.guardian.co.uk/print/0,3858,5336933-110428,00.html>

⁴²⁸ Vgl. Harrison, 15

Tatsächlich hatte Bailey das Angebot Vogues sogar zu Anfangs zurückgewiesen, was die Herausgeber, offenbar nicht erwartet hatte; „I think they were shocked“, wie er sich erinnert. Dies hielt Vogue, die sich offensichtlich ein Talent wie Bailey nicht entgehen lassen wollten, jedoch nicht davon ab in weiter – diesmal erfolgreich - zu umwerben.⁴³⁰ Bailey Zögern erklärt sich daraus, dass er sich von Anfang an – unter dem Eindruck von Cartier-Bressons Fotos - eigentlich mehr Fotojournalismus und Porträtfotografie, aber nicht Modefotografie interessierte, und nicht zuletzt verdiente er auch bei Vogue zunächst viel weniger als mit der Arbeit für Zeitungen⁴³¹. Und nicht zuletzt war Bailey die unter den Zeitschriften zunehmend dominierende Rolle der Zeitschrift Vogue noch nicht bewusst: „I thought it was just another magazine that used pictures. I wasn't interested in fashion and preferred reportage and portraits, but fashion gradually took over because of Vogue.“⁴³² Schließlich ließ er sich doch auf die Arbeit ein, sah sich aber weiterhin nicht als Modefotograf: „The reason I did fashion was that I liked what was in the frocks. It was just a nice way to work with beautiful women.“⁴³³ In einem anderen Interview fügte er allerdings hinzu dass dies nicht alles war, dass ihn was in dazu brachte, in diesem Kontext zu arbeiten. Es dämmerte ihm, dass es in der konservativen Produktion der Modefotografie noch möglich war kreativ und innovativ zu sein; „it was a way of being creative with photography – one of the few outlets.“⁴³⁴

Eine plausible Erklärung für Baileys Aufnahme als Fotograf ist nicht zuletzt, dass sich Hochglanzmagazine wie eben *Vogue* den sich nun veränderten Umständen anpassen mussten.⁴³⁵ All dies geschah nun auch im politischen Kontext des Ende des Britischen Empire; Schlüsseljahr ist hier 1956 mit der Suezkrise (ein vergeblicher Versuch Großbritanniens Ägypten aus der Zone des Suezkanals zu verdrängen)⁴³⁶, und nicht zuletzt auch mit kulturelle Meilensteinen wie die Ankunft der US-Version des *high modernism* in einer Ausstellung in der Tate Gallery, und der Beginn der Pop Art mit *This is Tomorrow*. In den Jahren nach dem Krieg „verjüngte“ sich Großbritannien in einer Art „baby-boom“; die Geburtenrate stieg und Jugendliche und ihre Interessen gerieten nun zunehmend in den Blickpunkt von Unternehmern, Soziologen und Journalisten.⁴³⁷ Die Neuausrichtung der Magazine wie Vogue, die Ende der 50er Jahre einsetzte, leitete eine Welle der Pensionierungen und Kündigungen um 1959 in der Führungsriege des Magazins ein. Ein

⁴²⁹ Bailey im Gespräch mit Barber, „Di wasn't a great beauty“, in: The Observer, 20. November 2005

⁴³⁰ Vgl. Bailey im Gespräch mit Gandee

⁴³¹ Vgl. Harrison, 32

⁴³² Wroe, King of prints

⁴³³ Gandee, ebda.

⁴³⁴ Bailey im Gespräch mit Barber

⁴³⁵ Vgl. Harrison, 27

⁴³⁶ Vgl. Stephens und Stout, 9

⁴³⁷ Vgl. Barry Curtis, „A Highly Mobile and Plastic Environ“, in: Chris Stephens and Katharine Stout, 49

Mitarbeiter erklärte als einer der Gründe seines Rückzugs, dass Vogue sich nun auf ein breiteres und jüngeres Publikum ausrichtete, dass einer „niederen Klasse“ angehörte – „the policy of a cheaper magazine, small format, which must tend to aim at a socially lower and younger reader“⁴³⁸. Dies legte nahe auch jemanden aus diesen „niederen, sozialen Klassen“ als Fotograf zu beschäftigen, der sich schon mit seinen neuartigen Fotos aufgefallen war. Baileys schneller Aufstieg war aber dennoch ungewöhnlich, auch wenn er nicht der erste aus der *working class* gewesen war, der diese Art von Aufstieg erlebt hatte. Zwei Fotografen, Norman Eales und Brian Duffy waren ihm in dieser Hinsicht voraus gewesen (letzterer sollte später zu seinem engsten Freundeskreis gehören).⁴³⁹

Bailey machte sich nach und nach daran die beengenden Konventionen der aristokratischen Fotografie aufzulösen. Er hatte zwar in seiner Zeit als Assistent bei John French im Rahmen der extrem erstarrten Formeln dieser älteren Version der Modefotografie begonnen, aber schon in seinem ersten veröffentlichten Foto (von 1960) fällt Baileys Unkonformität auf. Das Model, das ihm French zugewiesen hatte, da er es in ihrem „teenage look“ ungeeignet für seine eigene Fotos aber äußerst passend für Baileys Fotos befand, unterläuft die Konventionen aristokratischer Pose, in dem sie sich unaristokratisch auf die Unterlippe beißt. Das Foto war übrigens für eine Zeitung gemacht worden, das für eine sehr breite Masse gedacht war (die spätere *Sunday Mirror*) und zielte hier schon auf das neue, junge, viel weitläufigere Publikum einer sozial niedriger angesiedelten Klasse.⁴⁴⁰ In einem weiteren Foto bricht Bailey mit den Konventionen, dass die Modelle nur stehen oder sitzen durften - sein Modell kniet nun, was für 1960 einen radikale Tabubruch darstellte.⁴⁴¹ Baileys Arbeit eröffnete so für die Vogue ein neues, jüngeres und breiteres Publikum, und damit auch neue Klienten für die Werbespalten wie Fluglinien und Modeketten: Das Konzept jüngere Kreative zu beschäftigen, ging nun in *Vogue* voll auf. Baileys Terminkalender wurde zunehmend von Aufträgen von Werbeagenturen dominiert, die zwar weniger seine Kreativität herausforderten, aber äußerst lukrativ waren.⁴⁴² Im Rahmen dieser Ausweitung der Leserschaft kam Bailey und anderen Fotografen (wie seinem Freund und Kollegen Terence Donovan) eine zentrale Rolle zu, was sich daran zeigte wie schnell Bailey in den ersten Monaten (1960/61) in der Hierarchie des Magazins aufstieg und die alte Führungsriege langsam verdrängte: „Within nine months, the managing director was asking me if I'd mind moving my Rolls-Royce so he could get his Ford out. I used to savour those moments. He was an awful, pompous, „off-like-

⁴³⁸ Harrison, 27

⁴³⁹ Vgl. ebda., 15

⁴⁴⁰ Vgl. ebda., 30

⁴⁴¹ Vgl. ebda., 33

⁴⁴² Vgl. ebda., 32

a-flash-old-boy“ ex-RAF type-with a mustache.“⁴⁴³ Ein späterer Mitarbeiter Baileys, Nick Haslam (*art director* der amerikanischen Vogue), hatte schon niemand geringeren als Andy Warhol auf diese Revolution aufmerksam gemacht - „of the way the cockneys now were mingling with the upper classes and things were getting all mixed in and wild and fun.“⁴⁴⁴

In Folge stellte nun die Ästhetik der schnell entstehenden Jugendkulturen für Bailey eine wichtige Inspiration dar. Baileys Arbeit als Fotograf hatte nicht zuletzt auch schon gerade in eben jene Jahren 1959/1960 begonnen, als eine „mod fashion revolution“, wie sie Warhol bezeichnete⁴⁴⁵, einsetzte. Wie der mit Bailey befreundeter Fotograf Brian Duffy bemerkte, suchten er und Bailey ihre Inspiration in den aktuellen Strömungen der Jugendkultur(en): “We’d spend an evening in the East End, watching mods and rockers... and their manners. I wouldn’t go down there consciously, thinking I’m going to observe them and then come back and do a fashion picture from their attitude of standing, but one finds one does.”⁴⁴⁶

Baileys Arbeit für die Werbung stellt die logische Konsequenz zu Alloways und Hamiltons Ideen dar, die zur gleichen Zeit formuliert wurden: Die neue Kunst war nun nicht mehr Dada sondern die Werbung und die mit ihr verwobenen Pop Art - Ad/Ad.⁴⁴⁷ Zu dieser dieser Massenkultur gehört nicht zuletzt auch die Modezeitschriften, „die heutzutage eine wirklich massenhafte Verbreitung haben“, wie auch Roland Barthes 1967 feststellte.⁴⁴⁸ Bailey stellte nicht alleine nur einen neuer Künstler dar, der „im urbanen Leben des 20. Jahrhunderts [der] zwangsläufig die Massenkultur konsumiert“ sondern gerade auch einen der zu dieser Massenkultur „auch einen Beitrag [leistete]“⁴⁴⁹, in dem er für Zeitschriften arbeitete (Hamilton beschrieb diesen neuen Künstlertypus nicht zufällig 1961, im selben Jahr in dem Baileys in der Vogue schon voll etabliert war). Nicht zuletzt war auch schon die eigentliche Basis der Unternehmungen der Surrealisten die „illustrierte Zeitschrift“ gewesen, die auch Benjamin als „das neue Terrain der Kunst-nach-der-Fotografie“ betrachtet hatte.⁴⁵⁰ Die Mode, die in Fotos von Fotografen wie Bailey in den Blickpunkt rückte, erwarb so „neue Dimensionen des kollektiven Imaginären“; die Kleidung, und damit auch die (Mode-) Zeitschrift „befördert Bilder, Stereotypen, einen sehr großen Reichtum an Elementen, die

⁴⁴³ Bailey im Gespräch mit Gande

⁴⁴⁴ Andy Warhol, Pat Hackett, *POPism. The Warhol Sixties*, New York 1980, S.35

⁴⁴⁵ Ebda.

⁴⁴⁶ Brian Duffy zitiert in: Harrison, S. 17

⁴⁴⁷ Vgl. Alloway, *Dada* 1956, in Robbins, 164

⁴⁴⁸ Cécile Delangange im Gespräch mit Roland Barthes, *France-Forum*, 5. Juni 1967, *Die Sprache der Mode*, in: Roland Barthes, *Die Körnung der Stimme. Interviews 1962-1980*, Frankfurt am Main, S.66

⁴⁴⁹ Richard Hamilton, „POP: Kunst vom Feinsten“, in: Harrison etc, 891

⁴⁵⁰ Rosalind E. Krauss, *Die fotografischen Bedingungen des Surrealismus*, in: Krauss, Herta Wolf (Hrsg.), *Die Originalität der Avantgarde und andere Mythen der Moderne*, Amsterdam, Dresden 2000, 143

zwar reel, jedoch utopischer Art sind. Darin gleicht sie dem Kino, den Comics oder auch dem Trivialroman“.⁴⁵¹

2.3 „A sharp glance at the mood of Britain“: die Britische Pop Art

Anfang 1962 sollten Baileys Fotos das erste Mal eine gesteigerte Breitenwirkung erfahren – mit dem Cover der ersten Ausgabe in Farbe der Beilage der Sunday Times vom 2. Februar 1962, des *Sunday Times Colour Magazine* und seiner Fotostrecke „New York: Young Idea Goes West“ für Vogue im April 1962.⁴⁵² Diese erste Farbbeilage macht nun auch darauf aufmerksam, dass die von „Farbexplosion“ nicht vor etablierten Zeitungen wie „The Times“ halt gemacht hatte. „Colour supplements“ dieser Art und ihre Fotostrecken hatten hier eine zentrale Bedeutung für den Übergang zu einer grauen und nüchternen Nachkriegskultur zu einer farbgesättigten der Konsumkultur.⁴⁵³

Bailey evozierte mit seiner Fotoserie für das Covers der Farbbeilage nun auch seine spontane, staccato-artige Methode des Fotografierens und im weiteren Sinne die Flut der schnellen Abfolge von Bildern in den Massenmedien, der Blick des Rezipienten findet auf diesem Cover keine Ruhe, es ergeben sich nun mehr unruhige, sprunghafte, fragmentarische Konfigurationen als lineare Verläufe. Nicht nur Bailey sollte mit seiner Farbfotostrecke dieser Ausgabe einen gesteigerten Bekanntheitsgrad erreichen. Das Sunday Times Colour Supplement, das bezeichnenderweise den Übertitel „A sharp glance on Britain“ trug, und damit sich der nun abzeichnenden britischen Popkultur widmete, fokkusierte auch auf die Arbeit eines weiteren Absolventen des Royal College, Peter Blake, mit einem Artikel mit dem Titel „Pioneer of Pop Art“.⁴⁵⁴ Blake sollte schließlich auch das Cover des Beatles-Album Sgt Pepper (1967) gestalten. Blake und sein Mitarbeiter an dem Cover, Jann Hayworth wurden schließlich auch von Bailey fotografiert⁴⁵⁵, und er ließ sich im Übrigen auch von Blakes Arbeiten, die er bewunderte beeinflussen. Ein integrales Element in Blakes Malerei waren Portraits in denen Sticker eine besonders auffallende Rolle spielten; Bailey zögerte nicht, dieses Motiv auch später in seinen Fotos zu verwenden.⁴⁵⁶

⁴⁵¹ Barthes, Körnung, 66

⁴⁵² Vgl. Harrison, 48f.

⁴⁵³ Vgl. Barry Curtis, „A Highly Mobile and Plastic Environ“, in: Stephens/ Stout, 50

⁴⁵⁴ Vgl. Stephens/ Stout, 28

⁴⁵⁵ Vgl. Harrison, 238f.

⁴⁵⁶ Sh. Harrison, 179 und 239

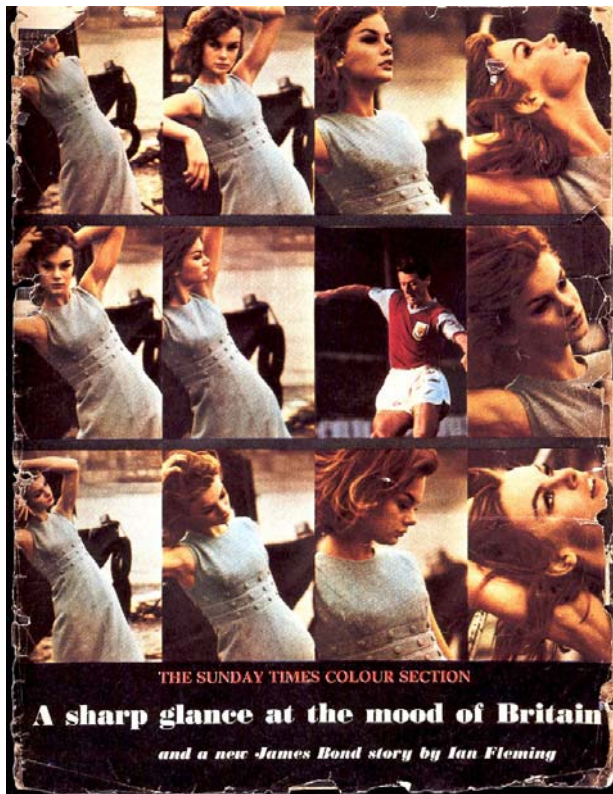


Abb.5. Das Cover der ersten Farbbeilage der Sunday Times vom 2. Februar 1962 mit Baileys Fotos des Modell Jean Shrimptons, das sich der neuen britischen Popkultur und Pop Art widmete.

Diese Beispiele illustrieren sehr gut, dass sich bis 1962 sich eine neue *pop culture* in London etabliert hatte, die Malerei, Grafikdesign, Mode und Musik und nicht zuletzt Fotografie beinhaltet, die alle von Magazinen und Werbung absorbiert wurden.⁴⁵⁷ Diese Entwicklung befand sich in direktem Zusammenhang mit einer schnellen Veränderung der „Art colleges“ in den 50er und 60er Jahren, die nun von Möglichkeit des Zugangs weiterer Schichten und der Spannung zwischen traditionellen Unterricht und der Erschließung von populären Massenmedien bestimmt wurde.⁴⁵⁸ Es entstand so ein Netzwerk von Künstlern und Kreativen als Schnittstellen verschiedenster Medien, ein „communication network“ in dem unzählige Schnittpunkte von Film, Werbung, Grafik, Produktdesign und Mode entstanden, das Alloway nun schon mit seinem Konzept des *Fine Art-Popular Continuums* antizipiert hatte.⁴⁵⁹ Blake war nur einer von einer Reihe von Popkünstlern, die für die Massenmedien und die *popular culture* Arbeiten produzierten, wie Alloway bemerkt, der auch darauf hinweist, dass Künstler, die ihre Quellen zunächst aus den Massenmedien übernommen hatten als Teil dieses Netzwerkes, das Kreative und Künstler, Fine Arts und Popular Culture verband, schließlich auch zu dieser beitrugen: „Here, artists who draw on the field of mass

⁴⁵⁷ Ebda., 33

⁴⁵⁸ Vgl. Curtis, 58

⁴⁵⁹ Vgl. Whiteley

communications are themselves contributing to it“⁴⁶⁰. Niemand anderer als Alloway unterstützte nun auch eine Gruppe junger Künstler die im Februar 1961 in der Ausstellung *Young Contemporaries* in den Blickpunkt geraten waren, und heute als Vertreter der Pop Art in ihrer britischen Version gerechnet werden – darunter waren beispielsweise David Hockney (der später auch von Bailey porträtiert werden sollte), Derek Boshier und Ron Kitaj, Studenten des *Royal College of Arts* die wie ihre Vorläufer der Independent Group ihre Arbeit im Kontext und in Verbindung mit der Stadt verstanden, worauf Alloway in einem Text zur Ausstellung hinwies.⁴⁶¹ Kitaj, der einen großen Einfluss auf seine Mitstudenten wie Hockney und Boshier hatte, verstand seine Arbeit als Form von intellektueller wie auch sinnlicher Kommunikation, als Konstruktion einer Zeichensprache, die gleich Worten gelesen werden konnte⁴⁶² - was auch schon wie eine Reaktion auf die Populärkultur der Massenmedien, der Werbung und auch wie eine Fortsetzung der Arbeit der Independent Group anmutet. Kitaj, Boshier und Hockney im Besonderen sollten in Folge wie Bailey und Blake das Interesse einer breiten Öffentlichkeit erwecken – Artikel in Farbbeilagen und Sendungen im Fernsehen über den „celebrities“ unter den Studenten von Kunsthochschulen.⁴⁶³ Nicht zuletzt wurde auch ein Monat nach dem sich die erste Farbbeilage der Sunday Times Bailey und Blake gewidmet hatte, ein Dokumentarfilm von der BBC, mit dem Titel „Pop Goes Easel“ (Regie führte Ken Russell) im März 1962 ausgestrahlt, der den Blickpunkt auf vier Künstler dieser jungen Generation von Popkünstlern richtete – Blake, Boshier, Phillips und die (genauso von Bailey porträtierte) Pauline Boty. Russell begleitete die vier an einem gewöhnlichen Samstag, beließ es aber nicht nur dabei sie bei der Arbeit selbst zu beobachten, sondern interessierte sich für ihren Lebensstil und transformierte sie in Popstars: der Film zeigte die Künstler im Bett, in ihren amerikanischen Limousinen, malend im Royal College of Arts und schließlich bei einer Party.⁴⁶⁴

Alloway beschrieb diese jüngere Generation von Popkünstlern als „third wave of Pop Art“, nach der ersten der *Independent Group*, und einer erfolgloseren Zweiten, die den Versuch gemacht hatte eine Symbiose zwischen der Abstrakten und der Popkultur zu gestalten; er sparte allerdings an dieser jungen Generation nicht mit Kritik und sah sie so auch gleichzeitig als Teil der aufkommenden Jugendkultur: „Pop Art has become a game for those who want to

⁴⁶⁰ Lawrence Alloway, Pop Culture and Pop Art, Studio International, Juli-August 1969, wieder abgedruckt in: Steven Henry Madoff (Hrsg.), Pop Art. A Critical History, Berkeley Los Angeles, London, 1997, 171

⁴⁶¹ Vgl. Stephens und Stout, 17

⁴⁶² Vgl. Marco Livingstone, David Hockney, London und New York, 1981/1987/1996, S.18

⁴⁶³ Vgl. Curtis, 58

⁴⁶⁴ Vgl. Massey, 113

tell themselves, and their peers, that they „think young“.⁴⁶⁵ Die Beobachtung des anderen *Independent Group*-Theoretikers - Reyner Banham, dass die Pop Art nichts anderes als die Rache der „elementary schoolboys“ gewesen war, passt nun auch auf Baileys Werdegang von einem Kind der *working class* zu einem Mitgestalter der *Popular Arts*.⁴⁶⁶ Aus der Sicht einiger ehemaliger *Independent Group*-Mitglieder war es letztlich ihre Arbeit gewesen, die den nachfolgenden Kreativen der beginnenden 60er Jahre die Basis für weitere Entwicklungen bereitet hatten - „a good, workable basis fo later development“, mit den Worten Alloways.⁴⁶⁷ Schließlich wies Paolozzis Mitstreiter William Turnbull darauf hin, dass es das *Institute of Contemporary Arts* und die Arbeit ihrer jüngeren Mitglieder, war, die die weitere Entwicklung hin zu einer Pop Art beschleunigten und die Möglichkeit der künstlerischen Arbeit in Bezug zu Quellen der Populärkultur der Massenmedien erst möglich machten: „I don’t think what happened in the sixties could have happened the way it did without the ICA in the fifties. (...) it laid the foundations fort he RCA [Royal College of Art] students’ attitude to popular culture (...)“⁴⁶⁸ Nicht zufällig unterrichteten auch Paolozzi und Hamilton im Royal College of Art.⁴⁶⁹ Anne Massey weist jedoch darauf hin, dass der Einfluss der ehemaligen Gruppenmitglieder weniger direkt als und wenn überhaupt mehr theoretischer als praktischer Natur war; denn mit dem Ende der 50er Jahre hatte die *popular culture* das Alltagsleben soweit durchdrungen, dass man sie nicht mehr ignorieren konnte.⁴⁷⁰

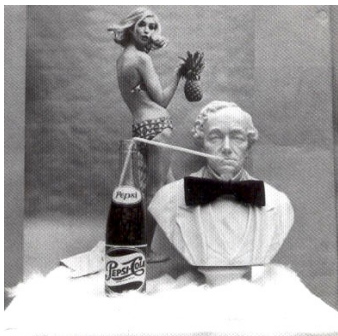


Abb.6. David Bailey, Still Life Composition, 1959

Dass man als Künstler die Bilderflut der Massenmedien als natürliches „environment“ nicht mehr entgehen konnte, zeigt nun eine frühe Arbeit Baileys; als Assistent von French gestaltete er auch eine „Still life composition“ die in ihrer Kontrastierung auffallend an das

⁴⁶⁵ Alloway, Pop since 1949

⁴⁶⁶ Vgl. Harrison, 15

⁴⁶⁷ Lawrence Alloway, in: 48

⁴⁶⁸ William Turnbull, Notes from a conversation, 23 Februar 1983, in: Robbins, 48

⁴⁶⁹ Vgl. Alloway, The development of British Pop, in Lippard, 41f.

⁴⁷⁰ Vgl. Massey, 104ff.

„Randomizing“ der Collagen (und damit Konfigurationen) von Material aus verschiedensten Quellen wie in *This is Tomorrow* und in der nachfolgenden Pop Art erinnert.⁴⁷¹

2.4 Nouvelle Vague

Junge Künstler und Kreative in Großbritannien verfolgten neben der Bilderflut der Massenkultur aber auch mit Interesse die Entwicklungen in Frankreich, das Erscheinen einer neuen Generation von französischen Filmemachern, die sich von der älteren Generation abwandte und gegen sie revoltierte und neue filmische Techniken in den filmischen Diskurs einbrachte. Ein weiterer Punkt war Erschließung eines breiten, jungen Publikums. Wie in Großbritannien gerieten Ende der 1950er Jahre in Frankreich Jugendliche als neue Klasse in den Blickpunkt. Äußerst erfolgreiche Filme wie von dem jungen Regisseur Roger Vadim („Et Dieu créa la femme“ mit Brigitte Bardot in der Hauptrolle, 1956) brachten es nun mit sich, dass die Produzenten mit Hilfe junger Kreativer ebenso ein neues, jüngerer Publikum gewinnen wollten.⁴⁷² Dies verhalf jungen Filmemachern sich zu platzieren. Es dauerte nicht lange und schon 1957 wurde für diese neue Jugendkultur ein Begriff gefunden: *La Nouvelle Vague*; dieser Begriff wurde zunächst im Sinne des Bedürfnisses der jungen Generation nach gesellschaftlicher Veränderung verwendet.⁴⁷³ Die Erfinderin dieses heute geläufigen Begriffs war niemand anderer als die Chefredakteurin des in Frankreich neuartigen und innovativen Magazins *L'Express*, Françoise Giroud.⁴⁷⁴ *L'Express* war als Farbmagazin selbst auch ein Anzeichen dafür war, dass die neue Konsumkultur endgültig in Frankreich eingetroffen war, denn die Gestaltung von *L'Express* orientierte sich nicht zuletzt auch an Vorbildern aus den USA wie *Time* und *Newsweek*.⁴⁷⁵ Unter Nouvelle Vague wurden die Filmemacher der Cahiers du Cinema gereiht – besonders Godard, Truffaut, Chabrol, Rivette und der etwas ältere Eric Rohmer, und unter der alternativen Etikettierung *jeune cinéma* wurden auch Filmemacher wie Resnais, Varda, Chris Marker und Demy zu der „Left Bank Group“⁴⁷⁶, der gereiht, die einige Kontaktpunkte zu Bazin und den Vertretern der Nouvelle Vague hatten oder auch als Teil von ihr angesehen wurde⁴⁷⁷.

⁴⁷¹ Vgl. Harrison, S.27

⁴⁷² Vgl. Susan Hayward, French National Cinema, London/New York 1993, 234

⁴⁷³ Vgl. De Baeque und Toubiana, 228

⁴⁷⁴ Vgl. Hayward, 234

⁴⁷⁵ Vgl. MacCabe, 107

⁴⁷⁶ Vgl. Interview with Jean-Luc Godard, Cahiers du Cinema 138, Dezember 1962, in Godard, Milne, 172

⁴⁷⁷ Vgl. Hayward, 235

Schon in ihren Wurzeln und Anfängen wiesen die Ideen der jungen Kritiker der Cahiers du Cinema einige Parallelen zu jenen der Künstler und Theoretiker der *Independent Group* auf; so brachten die zwei „Väter“ dieser späteren *Nouvelle Vague* schon zwei Elemente ins Spiel, die auch für Alloway, Paolozzi und Hamilton wichtig waren, Vaterfiguren, die auch weit über der Nouvelle Vague hinaus Einfluss ausüben sollten. Der eine, Henri Langlois, machte sich schon in den 1930er Jahren daran Filme zu sammeln. Ziel seiner Arbeit war es diese nicht alleine zu archivieren, sondern auch in einer Cinematheque vorzuführen, die für die kommenden Jahrzehnte zu einer Art Wallfahrtsort für Filmenthusiasten werden sollte; wie die Künstler der *Independent Group* faszinierte ihn der Surrealismus, der ihn genauso darin bestärkte in seinen Aktivitäten keine voreilige Kanonisierung zuzulassen, unhierarchisch vorzugehen und auch Arbeiten zu sammeln und zu zeigen, die zu dieser Zeit als Verkörperung der Banalität des Kinos galten; dies war nicht zuletzt auch eine Methode dieser Überfülle und Bilderflut des Kinos Rechnung zu tragen. Nicht zuletzt war er auch an den avantgardistischen Elementen des Films interessiert, was ihn aber nicht davon abhielt auch als einer der ersten die die Möglichkeiten des Films aus Hollywood zu anzuerkennen.⁴⁷⁸ Die zweite bedeutende Vaterfigur der jungen Kritiker war der Kritiker und Theoretiker André Bazin, der mit seinem Filmprogramm für die Organisation „Travail et Culture“, erfolgreich den Versuch unternahm „the best entertainment for working-class audiences“ zu veranstalten, und so, wie Langlois, mit dem Medium Film zu einer kulturellen Demokratisierung beizutragen.⁴⁷⁹

Die Entwicklung der Cahiers du Cinéma erinnert nun auch an jene der *Independent Group*; die Zeitschrift wandelte sich exakt in dem gleichen Zeitraum in dem diese Gruppe von Künstlern und Theoretiker an die Öffentlichkeit trat und an Einfluss gewann, in den Jahren 1952 bis 1956, von einer neuen und noch wenig bekannten Zeitschrift zu einem einflussreichen Formation, die die Erneuerung des französischen Films forderte.⁴⁸⁰ Kritiker wie Godard führten Langlois' und Bazins Gedanken fort. Während sie einerseits die in Frankreich vorherrschende „Tradition der Qualität“, das „cinéma de papa“⁴⁸¹, das die Dogmen und Literaturadaptionen einer älteren, etablierten Generation angriffen (wie beispielsweise Truffaut mit seinem Text „Eine gewisse Tendenz im französischen Film“⁴⁸²), interessierten sie sich andererseits für die Langlois'sche Antihierarchie. Sie betrachteten das populäre Medium Film als Kunstform und verstanden die Regisseure Hollywoods als *auteurs*, wie die Künstler der traditionelleren Medien: „We won the day in having it acknowledged in

⁴⁷⁸ Vgl. MacCabe, 46f.

⁴⁷⁹ Vgl. ebda., 65

⁴⁸⁰ Vgl. ebda., 85

⁴⁸¹ Vgl. Hayward, 238

⁴⁸² Vgl. Francois Truffaut, Robert Fischer (Hrsg.), Die Lust am Sehen, S.295

principle that a film by Hitchcock, for example, is as important as a book by Aragon. Film auteurs, thanks to us, have finally entered the history of art”, wie Godard 1959 betonte.⁴⁸³ Die Filme Hollywoods und ihre *auteurs* wie Hitchcock, Hawks, Huston, Fuller, Ford und Ray von den jungen Kritikern der *Cahier du Cinéma* aus den Niederungen der „irrelevanten“ Unterhaltung gehoben: Ein Film von Alfred Hitchcock wurde mit einem Mal nun mit derselben Ernsthaftigkeit analysiert wie ein Bild Jackson Pollocks. Mit den Kritiken und Artikel der *Cahiers du Cinema* wurde nun bestimmte Filme Hollywoods als Kunstform anerkannt, die zuvor alleine als Teil der *popular arts* wahrgenommen worden waren. Nicht zuletzt richteten die Vertreter der Nouvelle Vague (wie jene der Independent Group) auf das demokratisierende Moment des Films, die Möglichkeit einen weite Publikumsschicht zu erreichen, wie Godard in einem Interview bemerkte...

Cinema has always been a great popular art (...). [T]here were unusual cultural forces at work here, since they were and are unique to cinema: this immediacy of mass distribution. Painting had never known this, Mozart was played for the princes, it wasn't like it could have been today, where millions could listen to Mozart. Beethoven was heard only by few in his time, Goya was seen by even less. But the cinema – even in the Grand Café of Lumière it was seen by 100 people at once, and today, too, it is seen everywhere, at once.⁴⁸⁴

Schon in einer seiner frühen Kritiken (1952) nimmt Godard nun auf ein Manifest des französischen Dichters du Bellay (1549) Bezug, in dem dieser für eine Aufwertung französische Sprache neben dem Lateinischen plädiert hatte; der Punkt war nun, daß das Französische eine für alle (alphabetisierten) Schichten zugängliche Sprache war. Der Film stellte Godards Ansicht nach eine weitere Stufe dieser Demokratisierung dar – er versprach nun tatsächlich eine Sprache der Kunst zu sein, mit der der Künstler alle erreichen konnte; Godards Text reflektierte so die radikalen und demokratischen Tendenzen des Films.⁴⁸⁵ Genauso fielen in Godards Text Namen wie Diderot, Baudelaire, Stendhal, Delacroix die in einem Atemzug mit Namen von Filmregisseuren wie Griffith, Renoir, Stroheim und Lubitsch; die Arbeit dieser Autoren wurde nun von Godard als gleichbedeutend mit jener der älteren, kanonisierten Autoren verstanden.⁴⁸⁶

⁴⁸³ Jean-Luc Godard, Debarred Last Year from the Festival Truffaut will Represent France at Cannes with *Les 400 Coups*, *Arts* 718, 15. April 1959, in: Jean-Luc Godard, Jean Narboni, Tom Milne (Hrsg.), *Godard on Godard*, New York und London, 1972, S. 147

⁴⁸⁴ Gideon Bachmann, *The Carrots Are Cooked: A Conversation with Jean-Luc Godard*, in: Sterritt, S.136

⁴⁸⁵ Vgl. MacCabe, 77

⁴⁸⁶ Vgl. Jean-Luc Godard, *Defence and Illustration of Classical Construction*, *Cahiers du Cinéma* 15, September 1952, in: Godard/ Milne, 26ff.

Die Autorentheorie der Cahiers-Kritiker erinnert nicht zuletzt an die Überlegungen der *Independent Group*, Hamiltons und Alloways, dass der Konsument einen aktivere Position einnehmen solle: „Cahiers’ author theory is the only theory of the author which is formulated from the point of view of the audience, and indeed explicitly formulated as a method to move from the position of the audience to that of the artist“, wie MacCabe bemerkt.⁴⁸⁷ Wie der Künstler der *Independent Group* war das Ziel der Kritiker der Cahiers nun auch von einem “knowing consumer”⁴⁸⁸ zu einem Mitgestalter der populären Kunst Film zu werden, wie dies nun auch Hamilton und Bailey werden sollten. Hamilton erwähnt dazu das Kino Hollywoods, das einen tiefgehenden Einfluss auf diese Entwicklung hatte; der Künstler musste sich nun in dieses Netzwerk begeben um mit neuen visuellen Aufgabenstellungen klar zu kommen...

After the war there was a great influx of technically oriented popular art: there was Hollywood, the Hollywood movie – Cinemascope was coming in the fifties, stereophonic sound, television, radio – and artists [had to be] fairly [in] this network to cope with visual problems. (...) So there was suddenly a new mix of intellectuals and technology and the need to spread this over to a wide audience (...) ⁴⁸⁹

Wie die Ausstellung *This is Tomorrow* die von in Werbung und Massenmedien geschulten *Independent Group* drei Jahre zuvor gestaltet wurde, fanden schon die ersten Filme der *Nouvelle Vague*, die im Herbst 1959 herauskamen (*Le Cousins* von Chabrol und *Les Quatre Cent Coups* von Truffaut) ein gewaltiges Echo in den Massenmedien; der Begriff *Nouvelle Vague* von der regionalen und später von der internationalen Presse für die jungen Filmemacher verwendet.⁴⁹⁰ Godard, der nun schon seine mit Werbung und *Public Relations* mit seiner Arbeit für Twentieth-Century-Fox geschult wurde, erwies sich als geschickt in der Vermarktung seines sein ersten, kommerziell äußerst erfolgreicher Film *A bout de souffle* vor, der im März 1960 herauskam. Er stellte sicher dass ausreichend Stills und Material für Reportagen vom Set vorhanden waren. Im Übrigen wurde der Film nun auch im Stil eines „großen Films“ auch in den vier der bedeutensten Kinos in Paris herausgebracht, und daneben wurde mit drei Postern geworben, und Merchandise im US-Stil mit einer Romanfassung und der Soundtrack auf Platte betrieben.⁴⁹¹

⁴⁸⁷ MacCabe, 75

⁴⁸⁸ Alloway, The development of British Pop, in: Lippard

⁴⁸⁹ Richard Hamilton, in conversation with Reynier Banham, 27 June 1976, in: Robbins, 43

⁴⁹⁰ Vgl. De Baeque und Toubiana, 228

⁴⁹¹ Vgl. MacCabe, 122

Anfang der 60er Jahre machte *A bout de souffle*, aber auch andere Filme der Nouvelle Vague wie Truffauts *Les 400 Coups* (1959) und *Tirez sur le Pianiste* (1961) einen großen Eindruck auf Bailey.⁴⁹² Diese Filme ermutigten ihn die alten Konventionen aufzugeben und eine neue visuelle Ästhetik in seinen Bildern anzuwenden. Dies stellt nun eine Ähnlichkeit bzw. Parallele zu Godards Erkenntnis dar, dass neben dem klassischen Hollywoodfilm eines Hitchcock und Hawks (und dem „cinéma de qualité“) noch ein ganz anderer Film existierte, wie jener eines Resnais, Varda, Demy und Marker, der für seine Arbeit und den Film eine Tür zu einem Raum neuer Möglichkeiten öffnete⁴⁹³: “I was very influenced by Hollywood and then by the French New Wave”, wie Bailey bemerkt.⁴⁹⁴ Er selbst jedoch verweist hier im Besonderen wieder auf Godards ersten Langfilm, *A bout de souffle*.

2.5 Die Offene Stadt

In *A bout de souffle* orientierte Godard sich an der Bazin'sche Ästhetik, die besagte, das es mit den Medien Fotografie und Film möglich wäre die Realität abzubilden, da der Film Teil dieser Realität sei und diese gleichzeitig mitgestaltet⁴⁹⁵; das bedeutete, dass ein Fotograf oder Filmemacher und ihrer Arbeit sich bewusst sein sollten, dass sie Realität abbildeten, und sei es nun die Realität von Schauspielern, die ihren Text rezitieren.⁴⁹⁶ Bazin und Godard Ideen und Umsetzungen entwickelte sich hier nun nicht zuletzt unter dem Eindruck des italienischen Neorealismus, und besonders von Vittorio de Sicas und Roberto Rosselinis Filmen⁴⁹⁷, die nach Bazins Ansicht „einen Fortschritt der Ausdrucksfähigkeit [des Films], (...) und eine Erweiterung seiner stilistischen Möglichkeiten“ bedeutete.⁴⁹⁸ Der Schlüsselfilm war Rosselinis *Roma, Citta Aperta* (Rom, offene Stadt, 1945) der in einen dokumentarischen Stil gehalten war. Zentral ist nun, dass Rosselini Schlüsselfilm eine nur kurze Zeit zurückliegende Situation behandelte: der Widerstand in der zerstörten, offenen Stadt gegen die nationalsozialistischen Besatzer. Rosselinis Film veränderte grundlegend die Art und Weise wie urbanes Leben dargestellt wurde und das nicht nur im Film – auch die Fotografie konnte

⁴⁹² Vgl. Harrison, S. 34

⁴⁹³ Vgl. MacCabe, S.137 und 140

⁴⁹⁴ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁴⁹⁵ Vgl. MacCabe, 72

⁴⁹⁶ Vgl. ebda., 62f.

⁴⁹⁷ Vgl. ebda., 63

⁴⁹⁸ André Bazin, Der Filmische Realismus und die Italienische Schule, in: Bazin, Fischer, 307

sich diesem Einfluss nicht entziehen.⁴⁹⁹ Nicht nur die Ausstellungsgestaltung von *This is Tomorrow*, die die Grenzen zwischen dem Innenraum der Galerie und dem Außenraum der Strasse verwischte, konzentrierte sich auf die Stadt als „Blick-verwirrende“, inkohärente, urbane Landschaft, auch in der Fotografie trat nun „the urban environment“ als Hauptquelle für Spontanität, Innovation, die Spannung zwischen Authentizität und Künstlichkeit und ihre konstante Hervorbringung neuer Muster in den Mittelpunkt.⁵⁰⁰ Schlüsselfiguren dieser „Street-Photography“, die mit Cartier-Bresson einen Vorläufer hatten, waren Robert Frank, William Klein und auch das *Independent Group*-Mitglied Nigel Henderson.⁵⁰¹ Henderson lebte seit den späten 1940er Jahren im East End, das er ab 1949 zu fotografieren begann (und durch das er im übrigen 1951 Cartier-Bresson führte) und auch – beeinflusst von den Zeichen und Symbolen der Großstadt - Collagen gestaltete.⁵⁰² Gleich den Projekten der *Independent Group* wie die von Henderson mitgestaltete Ausstellung *Parallel of Life and Art* war Franks Buch „The Americans“ (1958) nicht nach traditionellen, narrativen Mustern gestaltet, sondern ließ die unberechenbare Serie von Bildern ohne traditionelle Narrative als Grundstruktur wirken.⁵⁰³ Franks und Kleins Arbeiten war im Übrigen auch äußerst „filmisch“ in ihrer Sequenzartigen Anordnung in Büchern und Verwendung von 35 mm Film.⁵⁰⁴

Rosselinis, Franks und Kleins radikal neuen Arbeitsmethoden wurde mit der Arbeit der jungen Filmemacher der *Nouvelle Vague* fortgesetzt. Obwohl diese Filmemacher das Hollywoodkino verehrten, favorisierten sie Praktiken wie die Nutzung von Handkameras, wiesen etablierte Drehorte wie das Studio zurück und experimentierten mit neuen Techniken den Schnitts; ein wichtiger Punkt war es auch, daß sie mit ihrer Arbeit in Folge einen Raum für die neue *youth class* schufen.⁵⁰⁵ *A bout de souffle* wurde konsequenterweise von einem radikal reduzierten Drehteam erarbeitet, das Godards Diktum folgte: „To make a film all you need is a girl and a gun.“⁵⁰⁶ Diese Reduzierung lässt sich einerseits auf die technische Entwicklungen zurückführen, die die Kosten minimierten; aber andererseits konnten Godard und seine Mitarbeiter (allen voran der Kameramann Raoul Coutard) sich so auch den einengenden Gewerkschaftsvorschriften der französischen Filmindustrie entziehen. Das Drehteam arbeitete so unauffällig und schnell, dass es von den Passanten auf den Champs Elysees kaum bemerkt wurde; es war so nun möglich – ähnlich einem einzelnen Fotografen -

⁴⁹⁹ Vgl. Russell Ferguson, *Open City: Possibilities of the Street*, in: Rob Bowman (Hrsg.), *Open City. Street Photographs since 1950*, Oxford/ Ostfildern-Ruit, 2001, 9

⁵⁰⁰ Vgl. ebda.

⁵⁰¹ Vgl. Kerry Brougher, *The Camera in the Street*, in: Bowman, 27

⁵⁰² Vgl. James Lingwood, Nigel Henderson, in: Robbins, 76

⁵⁰³ Vgl. Ferguson, 10

⁵⁰⁴ Vgl. Brougher, 28

⁵⁰⁵ Vgl. Hayward, 238

⁵⁰⁶ Vgl. MacCabe, 96

ungestört und innovativ vorzugehen und „the reality on the run“ einzufangen.⁵⁰⁷ Ein wichtiger Punkt war hier die Arbeit ohne künstliches Licht. Für die Nachtaufnahmen kam ein Ilford-Film zum Zug, der alleine für Standfotografie entwickelt worden war; unzählige Rollen dieses Films mussten so von der Crew zusammengefügt werden.⁵⁰⁸ Die „dispersive, lückenhafte Realität, eine Folge bruchstückhafter, zerstückelter Bewegungen“ (Deleuze)⁵⁰⁹ der Filme Rosselinis wurde auch in Godards ersten Langfilm wichtig: In *A bout de souffle* dominieren „jump-cuts“, die die Handlung beschleunigten, sich allerdings in keinem Bezug zu Narrativen verhielten⁵¹⁰ und die „blick-verwirrende“ Sprunghaftigkeit der visuellen Umwelt der Stadt reflektierten und in Folge mehr zu „[a] differentiation“ als „[a] unification“ führten.⁵¹¹

2.6 “Young Idea Goes West”: Strassenfotografie in Manhattan

Diese Innovationen, die mit den rasanten Entwicklungen im Bereich der Massenmedien und der Konsumkultur einher gingen, machten großen Eindruck auf junge Fotografen wie Bailey und darüber hinaus auf eine Gruppe von jungen Werbefilmern in England, der auch Ridley Scott angehörte. Scott, der genauso wie Bailey (und Godard) zunächst rein malerische Ambitionen gehegt hatte, sollte mit seiner Arbeit mit Werbespots zur explosionsartigen Entwicklung der Konsumkultur und ihrem Erscheinungsbild beitragen: „[He] used Godard’s aesthetic to create a real transformation in the language of cinema, a transformation which went hand in glove with the increasingly rapid development of consumer capitalism in the West“, wie MacCabe bemerkt.⁵¹² Wie für den ein Jahr älteren Scott stellte für David Bailey *A bout de souffle* einen entscheidenden Impuls für seine Arbeit dar: “Godard’s *Breathless* was an enormous influence on the way I took pictures at the time, because I loved the kind of instant moment“, wie er sich erinnert.⁵¹³ Bailey übernahm auch von Godard dessen äußerst schnelle Arbeitsmethode (Godard drehte in den 60er Jahren im Durchschnitt zwei Filme

⁵⁰⁷ Vgl. MacCabe, 115f.

⁵⁰⁸ Vgl. ebda., 119

⁵⁰⁹ Gilles Deleuze, *Das Bewegungs-Bild*. Kino 1, Frankfurt am Main 1989, 284

⁵¹⁰ Vgl. MacCabe, 121

⁵¹¹ Vgl. Jameson, *Postmodernism*, S.31

⁵¹² MacCabe, 121f. Scott, dessen Laufbahn einigen Parallelen zu dem um ein Jahr jüngeren Bailey aufweist (besonders hinsichtlich der Schwierigkeiten einen Spielfilm zu gestalten und stattdessen Werbefilme zu produzieren), war im übrigen Anfang der 60er Jahre - zur selben Zeit in der Paolozzi und Hamilton dort Lehrstellen innehatten - auch Absolvent des Royal College of Art; zu Scotts Mitstudenten zählte auch niemand geringerer als die Schlüsselfiguren der Pop Art, Hockney und Kitaj. Vgl. Mike Reynolds, *Ridley Scott: From Blade Runner to Blade Stunner*, DGA Monthly, Juli 2000, http://www.dga.org/news/v25_2/feat_gladiator.php3 (Stand: 09.09.06)

⁵¹³ Bailey im Gespräch mit Gandee

jährlich): „I spend more time talking to the person than I do taking pictures. The pictures are over in minutes. I’ve had models cry because they think they are no good because I’ve only done one roll. (...) Because I watch them, and I’ve already decided the way the picture is going to be.”⁵¹⁴ Seine Methode, die auf Spontaneität und Schnelligkeit beruhte, unterschied sich grundlegend von jener des Fotojournalismus (oder im Falle Godards mit der anderer Filmemacher), wie Bailey auch noch Ende der 60er Jahre in einem Interview bemerkte: „Where they take three months to photograph a wine harvest one of us could do it in three days and there wouldn’t be much difference“.⁵¹⁵ Und nicht zuletzt konnte Bailey wie die jungen Kritiker der *Cahiers du Cinéma* (die zur gleichen Zeit wie Bailey versuchte Zugang zur kreativen Arbeit zu finden), schon von Anfang an der theatralischen Studioarbeit der älteren Generation nichts abgewinnen. Dies illustriert eine Erinnerung Baileys an das Bewerbungsgespräch im August 1958 bei dem Fotografen Tony Armstrong-Jones, in dem sich auch Baileys „anti-bourgoise“ Haltung mitschwingt, die er mit den jungen Filmemachern der Nouvelle Vague teilte: „Snowdon gave me tea from a silver teapot and said, ‚Are you any good at building room sets, because I do a lot of room sets?‘“. Der nie um eine Antwort verlegene Bailey kam nach eigener Erinnerung gleich zum Punkt: „No, I want to be photographer, not a carpenter.“⁵¹⁶

Baileys Arbeiten der Jahre 1961 und 1962 – Fotos im Auftrag von Zeitschriften wie z.B. der Britischen und Amerikanischen *Vogue*, *The Times* und Werbeagenturen – befassten sich fast ausschließlich mit der Umsetzung des *Instant Moments* der Filme der *Nouvelle vague*.

Der von Godard übernommenen dokumentarische Ansatz zeigten sich in Werbefotos oder auch in Modefotos die den noch immer vorherrschenden aristokratischen und alltagsfernen Anstrich von *Vogue* parodieren: Bailey platzierte ein Model mit *high-class* Auftreten und Kleidung in eine prosaische und alltägliche Umgebung. Besonders in Baileys bedeutender Serie „*Young Idea goes New York*“ kamen Godards Methoden zum Einsatz. Bailey erarbeitete diese Serie an Fotos im Januar 1962 in New York City für die britische *Vogue*.⁵¹⁷

Wie Bailey bemerkt, versuchte er besonders den Geist der Songs Cole Porters einzufangen: „like Ella Fitzgerald singing: ‚I’ll take you Manhattan.‘“⁵¹⁸ In New York City zu arbeiten war so nun ein konsequenter Schritt. Nach dem ersten gemeinsamen *editorial* im September 1961, das für Bailey den Durchbruch bedeutete, wurde ein neuer Termin ins Auge gefasst, eine

⁵¹⁴ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁵¹⁵ Bailey in *The Observer*, 16. November 1969, zitiert in: Harrison, 19

⁵¹⁶ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁵¹⁷ Vgl. Harrison, 44

⁵¹⁸ Ebd.

Reise nach New York im Januar 1962.⁵¹⁹ Wie es Godard für die Dreharbeiten seiner Filme tat, so begab sich nun auch David Bailey auf die Strasse. An Stelle eines kleinen Drehteams hatte Bailey nur seine Kamera dabei und wurde von Lady Rendlesham und Jean Shrimpton begleitet - wie Bailey bemerkt geschah dies unter äußerst widrigen Umständen: „It was so cold (...) the cameras stuck to your fingers (...). Clare Rendlesham was crying all the time and Jean was very, very cold. Physically shivering and her eyes watering. The clothes were dreadful. I didn't think Vogue would like what Jean and I were doing. They didn't like much of what I did anyway. I didn't care. I just did what I did. But it worked.“⁵²⁰ Bailey übernahm Godards Methode: Gleich den Darstellern Godards posierte Shrimpton in Mitten der Passanten; ähnlich wie in Godards *À bout de souffle* blickten die Menschen auf der Strasse auf das Mädchen und in die Kamera, wenn sie diese entdeckten. Ganz nach der Bazin'schen Ästhetik wird die Inszenierung wie bei Godard durch den Kontrast zwischen der Realität der Strasse, der irrealen Erscheinung des Models (das noch an die formelhaften älteren Modefotos erinnert), und der überraschten Blicke der Passanten sichtbar gemacht – ein Kontrast der eine Spannung, einen collage-ähnlichen Effekt entstehen lässt.



Abb. 7. Still aus *A bout de souffle*, 1959.



Abb.8. David Bailey, Foto aus der Serie *Young Idea goes West* (Ausschnitt), 1962.

2.7 Das Verwischen der Grenze zwischen den Medien Fotografie und Film

Bailey bewunderte zwar die Arbeit von den führenden Porträt- und Modefotografen Irving Penn und Richard Avedon die diese zwei Bereiche mit ihrer Arbeit für illustrierte Magazine

⁵¹⁹ Vgl. Robin Muir, *Two take Manhattan*

⁵²⁰ David Bailey, ebda.

prägten, er war allerdings nicht daran interessiert ihre Linie fortzusetzen. Baileys Interesse lag - was Fotografie betraf - mehr an spontanerer Fotografie wie der von Cartier-Bresson (dieser prägte den Begriff des *Entscheidenden Augenblicks*) und besonders der „Street-Photography“ eines William Klein: „I wasn’t so influenced by Penn or Avedon – more by William Klein. I liked what he was doing in the streets.“⁵²¹ William Klein und Robert Frank arbeiteten nicht zufällig auf im Bereich der Modefotografie (Klein für Vogue)⁵²²; und genau wie sie verwendete Bailey im Übrigen auch einen 35mm Film, der seinen Arbeiten einen äußerst filmischen Effekt verlieh.⁵²³

Dieses Verwischen der Grenzen und der Kreation von Schnittpunkten zwischen den Medien Film und Fotografie wurde um 1960 in der Bilderproduktion virulent, wie auch schon daran erkennbar ist, dass beispielsweise Franks und Kleins Strassenfotografie zunehmend filmisch wurde und Godards Arbeit fotografische Elemente annahm. Kleins filmischer Stil kam nicht von ungefähr; er lebte teilweise in Paris und kannte die Filmemacher der *Rive Gauche*, der „Left Bank Group“⁵²⁴, Agnes Varda und die ehemaligen Mitstreiter der Vaterfigur der Nouvelle Vague André Bazin⁵²⁵ - Chris Marker und Alain Resnais. Gemeinsam formten sie eine informelle Gruppe von Freunden, die sich in Paris zur gleichen Zeit wie die *Independent Group* für die Populärkultur begeisterten. Marker widmete sich schon früh in langen Artikel dem populären Film und der *popular music*⁵²⁶ und Resnais begeisterte sich (und begeistert sich noch immer, wie er herausstreicht) für Comics.⁵²⁷ Klein selbst wirkte 1962 in Markers *La Jetée* mit, eine hybride Arbeit Markers zwischen den Medien Film, Fotografie: *La Jetée* bestand bis auf eine kurze Sequenz nur aus Standbildern, aus *Stills*. Die Inspiration dazu stellte das *Pathéorama* aus Markers Kindheit dar, eine kleine „Kamera“, mit der man die Filmstills, bzw. einzelne Kader eines populären Hollywoodfilms betrachten konnte.⁵²⁸ Für Marker hatte folglich genauso wie für Bailey zuerst mehr der Hollywoodfilm als die Arbeit anderer Fotografen ein Beispiel gegeben. Im Übrigen war es auch Marker gewesen, der dem Schüler Legers und ursprünglich als abstrakter Maler arbeitendem Klein verhalf, seine New York Fotos im Rahmen des Buchs „Life is Good and Good for You in New York: Trance Witness Revels“ (1956) das zuvor von einer Reihe von amerikanischen Verlagen

⁵²¹ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁵²² Vgl. Ferguson, in: Bowman, 12

⁵²³ Vgl. Harrison, 44

⁵²⁴ Vgl. Brougher, in: Bowman, 28

⁵²⁵ Vgl. MacCabe, 60f. und 69

⁵²⁶ Vgl. Catherine Lupton, Chris Marker. *Memories of the Future*, London 2005, 14

⁵²⁷ Vgl. Alain Resnais im Gespräch mit Michael Mönninger, „Wir galten als Schwachköpfe“, *Die Zeit*, 22.03. 2007 Nr.13, <http://www.zeit.de/2007/13/Interview-Resnais> (03 2007)

⁵²⁸ Vgl. Chris Marker über *La Jetée*, im beigelegten Büchlein zu *La Jetée/ Sans Soleil*. *Two Films by Chris Marker*, DVD, Nouveaux Pictures 2003

zurückgewiesen worden war, in Paris zu veröffentlichen (im Rahmen der *Petite Planete* Serie des Verlags *Edition du Seuil*).⁵²⁹ Kleins Band zeichnete sich durch die asymmetrische Anordnung und den Kontrast von grobkörnigen „blow-ups“ mit winzigen Abbildungen aus.⁵³⁰ Markers Begeisterung für Kleins Medien überschreitendem Projekt kam nicht von ungefähr: Für einen anderen Band dieser Reihe hatte genauso Marker zuvor filmische Fotoserien beigesteuert, die er als *short films* bezeichnete.⁵³¹

Ein bedeutender Impulsgeber, der Baileys Interesse auf die die Popästhetik, die Zeichen der Konsumgesellschaft als Bildelemente lenkte (auf die Straßenschilder, Plakatwände, Shops, Marken wie Coca-Cola in Baileys Sequenzen aufmerksam machen) war hier Kleins Buch, in dem die Faszination für die neue, von der Werbung und Typografie geformten urbanen Stadtlandschaft durchschien.⁵³² Gleich dem Bild einer subjektiv erlebbaren Stadt „as symbol-thick scene“, wie sie in *This is Tomorrow* in den Blickpunkt gerückt wurde⁵³³, ist es nun auch „a dispersed, subjectivised, undifferentiated city“, für die sich Bailey zu interessieren beginnt.⁵³⁴ Seine Arbeiten sind hier genauso auch auf einer Linie mit Arbeiten Rauschenbergs⁵³⁵ und Hamiltons, die ihren Fokus auf das neue Phänomen der Nichtlinearität, das Dominieren von Konfigurationen über linearen Abläufen in der mediatisierten kapitalistischen Kultur richteten. Wie der Kunstkritiker Leo Steinberg beobachtete, entsprach die Oberfläche von Rauschenbergs Arbeiten dem eines „flatbed“ des Druckprozesses. Sie stellten daher eine neue Bildoberfläche dar, die eine unermessliche und äußerst heterogene Menge an kulturellen Bildern aufnehmen kann: eine Flut an Bildern die mit den zuvor existierenden (kaum oder schwer reproduzierbaren) Bildflächen, einschließlich der modernistischen, nicht kompatibel gewesen wäre. Steinberg gebrauchte schließlich Ende der 60er Jahre den Begriff „postmodern“, um Rauschenbergs auf Reproduktionsmedien verweisendes „flatbed“ zu etikettieren.⁵³⁶

Die Stadt wird in Baileys Fotos zu einer Collage in der Oberflächen konfiguriert werden; das Model Jean Shrimpton ist selber Teil dieser Collage, sie posiert als wäre sie eben erst einer Plakatwand oder einem Modemagazin entstieg, als müsste sie sich zunächst ihren Platz in den Konfigurationen von Werbetafeln und Zeichen finden und sich gegen die

⁵²⁹ Vgl. Lupton, 46

⁵³⁰ Vgl. ebda., 44

⁵³¹ Vgl. ebda.

⁵³² Kleins Buch beeinflusste allerdings nicht nur Baileys Arbeit jener Zeit, schon bald sollte auch Kleins Einfluss in der Arbeit der Studenten des Londoner Royal College of Arts zeigen, vgl. David Alan Mellor, Realism, Satire, Blow-Ups: Photography and the Culture of social Modernisation. Vgl. Stephens/Stout, 73f.

⁵³³ Vgl. Alloway, The development of British Pop, in Lippard, S. 40

⁵³⁴ Vgl. Mellor, in: Stephens/Stout, 73

⁵³⁵ Vgl. ebda.

⁵³⁶ Vgl. Douglas Crimp, On the Museum's Ruins, in Foster, The Anti-Aesthetic, 44

konkurrierenden Werbetafeln und die Heterogenität der Stadt behaupten. In der urbanen Landschaft sind es paradoxerweise gerade diese „Blick-verwirrenden“ Typographien, Werbetafeln und Plakate, die es ermöglichen sich in der Stadt und ihrer fremden Kommunikation zu orientieren, da sie das einzige in einer fremden Stadt sind, das vertraut ist - „[t]he anonymous and recognizable displays of the entertainment section, (...) act as instant signals“, wie Alloway über die Plakatwände in den Städten der USA bemerkte.⁵³⁷

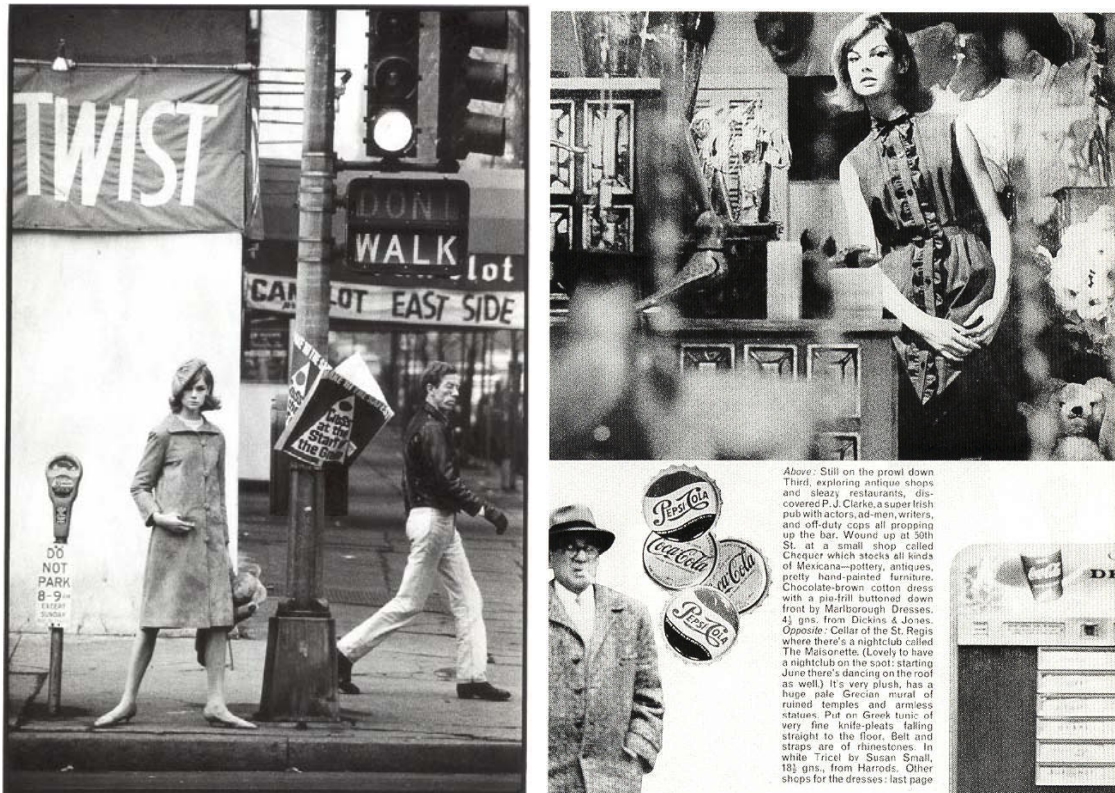


Abb.9. Young Idea Goes West, 1962. Abb.10. Das Layout des Editorials.

Bailey stellte auch bewusst Bezug zur Popmusik des Jahres 1962 her, dem Twist, „[which] was the most important thing going on in New York at the time“.⁵³⁸ Das *layout* der Fotostrecke „New York: Young Idea Goes West“ beinhaltet genauso Bezüge zu den Arbeiten der Pop Art in seiner britischen aber auch US-Version (wie eben Rauschenberg oder auch Warhol). Querbezüge zu den Fotos wurde mit Markenlogos erzielt; die Verwendung des Coca-Cola Logos (vgl. Abb.10) erinnert so auch schon an Paolozzis frühe Collage „I was a Rich man’s Plaything“ von 1947, eine Arbeit die nicht zuletzt eine Evokation des *Randomizing* der Bilderflut Massenkultur darstellt.

⁵³⁷ Alloway, City Notes, 167

⁵³⁸ David Bailey zitiert in: Mellor, 73

2.8 „The girl you wished lived next door”: Imagination und Rollenbilder

Baileys Fotoarbeiten die das Modells Jean Shrimpton in den Fokus rückten, befanden sich ganz im Rahmen der Farbmagazine, die mit der Entdeckung einer „youth-culture“, die Stadt aus dem Blickpunkt der Leserin, „a bachelor-girl’s-eye-view of the city“ betrachtete, wie Alloway 1959 bemerkte. Nach Alloway macht dieses Beispiel darauf aufmerksam, dass ein „transmitter-audience feedback“ existiert, eine Verbindung zwischen Massenmedium und Leserin die die öffentliche Meinung gleichzeitig reflektiert und formt, und das „Geheimnis der Massemedien“ darstellt.⁵³⁹ Nicht zuletzt ist die Frau, wie sie in den Modezeitschriften dargestellt wird „gleichzeitig das, was die Leserin ist, und das, was sie zu sein träumt“⁵⁴⁰, wie Roland Barthes bemerkte. Das Motiv des in den Hochglanzmagazinen dargestellten „bachelor girl“, das durch die Technologie einen veränderten weiblichen Status und damit „the careers open to women in the big city“ erlebt hatte⁵⁴¹, sollte später von Künstlern wie Cindy Sherman wieder aufgenommen werden. Sherman richtete ihren Blick in der Serie „Untitled Film Stills“ (1977-1980) auf und Rollenbilder zwischen Unschuld und Film Noir (und damit der Maskerade) der Frau in Stillfotografien wie jene der Filme der Nouvelle Vague und den Einfluss der Bilder der Massenmedien in den 50er und frühen 60er Jahren – wie jener Baileys - auf die Identität, besonders die von Jugendlichen.⁵⁴² Aber auch schon Bailey reflektierte vor Sherman die unter dem Eindruck der Konsumkultur verändernden Identität; Shrimpton hat in der einschüchternden und verwirrenden urbanen Umgebung immer einen „teddybear“ bei sich, der so etwas wie eine Metapher für die verlorene kulturelle Unschuld darstellt, für kulturelle Umbrüche, die Bailey fasziniert mitverfolgte und zu denen er auch mit seiner Arbeit beitrug, wie Martin Harrison bemerkt.⁵⁴³

Bailey hatte das junge, 18-jähriges Model Jean Shrimpton in den Studios der britischen Vogue 1961 kennen gelernt, nachdem er sie bei einer Fotositzung für eine Werbung für Kellogs beobachtet hatte, die der befreundete Fotograf Brian Duffy erarbeitete.⁵⁴⁴ Bailey erinnert sich wie er eben an einem der zwei benachbarten Studios vorbeiging, als er Shrimpton entdeckte: „[T]here was this vision, this girl with blue eyes (...). She took my breath away. I said, ‚Who’s that?‘“ Duffy, der gleich Bailey aus der *working class* kam,

⁵³⁹ Vgl. Lawrence Alloway, City Notes (excerpts), Architectural Design, Januar 1959, in: Robbins, 167

⁵⁴⁰ Vgl. Roland Barthes im Gespräch mit Cécile Delangange, France-Forum, 5. Juni 1967, Die Sprache der Mode, in: Roland Barthes, Die Körnung der Stimme. Interviews 1962-1980, Frankfurt am Main, S.66

⁵⁴¹ Vgl. Alloway

⁵⁴² Vgl. Amada Cruz, Movies, Monstrosities, and Masks: Twenty Years of Cindy Sherman, in: Amada Cruz, Elizabeth A.T. Smith (Hrsg.), Cindy Sherman. Retrospective, New York, London 1997, S.2

⁵⁴³ Vgl. Harrison, 34

⁵⁴⁴ Vgl. ebda., 17

erwiderte lakonisch „,‘This girl is Jean.’ I said, ,I think she’s great’“, wie Bailey sich erinnert, was Duffy nicht davon abhielt zu erwidern “(...) She’s too posh for you. You don’t stand a chance.”⁵⁴⁵

Jean Shrimpton modischer Stil unterschied sich von jenem den meisten anderen jungen Frauen der *middle class*, und sollte einen großen Einfluss auf Baileys Fotos und schließlich auf den Modestil haben, der von Vogue favorisiert werden sollte: „She was the first model to be scruffy. You know, in America all those middle class girls would come to the studio with their hair all done and their silly bag, but Jean just came with jeans or whatever”⁵⁴⁶. Was besonders zum tragen kam, war das Jean Shrimpton perfekt als Idol für eine möglichst breite Leserschaft geeignet war, wie Bailey feststellt: “Culturally she had no barriers.”⁵⁴⁷ Mit Baileys Fotos von Shrimpton die auf eine Ausweitung der Leserschaft abzielten schlich sich schließlich ein neuartiges erotisches Moment des Begehrens und des Imaginierens ein. Dieser Moment beruhte nicht zuletzt auf Baileys Faszination für das Kino, einem Medium, in der sich „die Erotik (...) sich darin als grundlegender Entwurf und Bestandteil manifestiert“, wie André Bazin bemerkte.⁵⁴⁸ Bazin fügte noch hinzu, dass es eben das Imaginäre, der Moment des Traums hier eine bedeutende Rolle spielt.⁵⁴⁹ Bailey wies nicht zufällig auf eben diesen Aspekt hin, der auf ein breites Publikum abzielte: “It’s people’s imagination; it’s a democratic look which everybody likes. She’s not too scary, she’s almost in reach but she’s not in reach”⁵⁵⁰ Wo anders brachte er dies auf den Punkt: „She wasn’t the girl next door. She was the girl you wished lived next door“.⁵⁵¹ Die unterschwellige Erotik in Baileys Fotos kam allerdings bei den Herausgebern der britischen Vogue nicht gut an, auch wenn dieser zunächst noch äußerst zurückhaltend und unauffällig war. Nicht zuletzt musste Bailey sein neues Model zunächst einmal bei dem *fashion editor* der britischen Vogue – Lady Clare Rendlesham - durchsetzen, die sich zunächst skeptisch zeigte⁵⁵²; dieser Moment fiel auch gerade mit dem Zeitpunkt zusammen, an dem sich für ihn das erste Mal die Möglichkeit bot, mit seinen Fotos zu den ersten 20 Seiten beizutragen...

⁵⁴⁵ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁵⁴⁶ Ebda.

⁵⁴⁷ Ebda.

⁵⁴⁸ Bazin, Randbemerkung zur „Erotik im Film“, in Bazin, 287

⁵⁴⁹ Vgl. ebda., 292

⁵⁵⁰ Linnie Rawlinson, Q&A: David Bailey Interview, November 3, 2006

<http://edition.cnn.com/2006/TRAVEL/11/02/london.qa/index.html>

⁵⁵¹ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁵⁵² Vgl. Robin Miur, Two take Manhattan, in: The Guardian, 17. März 2007, <http://arts.guardian.co.uk/art/photography/story/0,,2034746,00.html>

I said, 'I want to use Jean.' And I remember the editor saying, just because you're bonking her doesn't mean we're going to use her in Vogue.' And I said, 'No, she's great.' So they said, 'If the pictures are no good, we won't let you re-shoot- you'll lose the lead.' I insisted. And then it just took off from there because Jean was great. (...) It works very well when you've got a relationship with someone who's beautiful and who you love. I think we literally shot together every day for two-and-a-half years.⁵⁵³

Baileys Entdeckung stellt eine Parallele zu Godards Entdeckung des dänischen Modells Anna Karinas im Sommer 1959 dar: Godard hatte sie in einigen Seifenwerbungen für Palmolive gesehen, in der sie in einem Schaumbad lag, und bot ihr eine Rolle in *A bout de souffle* an.⁵⁵⁴ Ein Mitarbeiter Godards erinnerte sich später daran, dass sie zunächst für die Rolle des Modells im Studio des Fotografen vorgesehen war.⁵⁵⁵ Anna Karina arbeitete genauso als Modell für Modezeitschriften (überdies hatte keine geringere als Coco Chanel ihr vorgeschlagen, ihren Namen Hanne Karin Bayer in Anna Karina umzuändern).⁵⁵⁶ Das Konzept einer Beziehung zwischen einem Regisseur und seiner Hauptdarstellerin war eine der Faszinationsmomente für die jungen Kritiker der Nouvelle Vague gewesen – „the woman who would come alive before their camera and fall in love not with money or worldly power, but with the genius of their art“, wie Colin MacCabe bemerkt.⁵⁵⁷ Das war genauso das Ideal Baileys: „She was just about everything to me then. I put everything of me into her. She was my total muse - I didn't want to look ... at another model.“⁵⁵⁸ Wie Shrimpton wurde Karina zu Beginn der 60er Jahre zu einer Ikone der Zeitschriftencover, und das besonders durch ihre Arbeit mit Godard (ihr erster gemeinsamer Film, *Le Petit Soldat* fiel der Zensur zum Opfer, und so tauchte sie das erste Mal mit *Vivre sa Vie* [1962] auf den Leinwänden auf.) Jean Shrimpton wurde zeitgleich mit Anna Karina mit Baileys Fotos ein berühmtes Gesicht auf den Magazinen des Verlags Condé Nast (der Verlag der Magazine wie *Vogue* und *The New Yorker* publizierte), Magazine die auf große Breitenwirkung abzielten: „I had seven Condé Nast covers in one month with Jean. She was on the cover of Newsweek, Time and LIFE. She really was the first supermodel.“⁵⁵⁹ Mit ihrer gemeinsamen Arbeit erlangte Bailey internationale Reputation.⁵⁶⁰

⁵⁵³ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁵⁵⁴ Vgl. MacCabe, Godard. Portrait of the Artist at 70, 125

⁵⁵⁵ Vgl. ebda., 395

⁵⁵⁶ Vgl. ebda., 127

⁵⁵⁷ Vgl. ebda., 124

⁵⁵⁸ David Bailey im Gespräch mit Robin Miur, Two take Manhattan

⁵⁵⁹ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁵⁶⁰ Vgl. Harrison, 18

2.9 Picasso: Kunst in einem veränderten Kontext

Der Einfluss der *Nouvelle Vague* setzte für Bailey in gewisser Weise die Erkenntnis angesichts von Picassos Arbeiten fort, dass es (abseits der eigenen) keine Regeln gibt; diese Erkenntnis brachte nun das Brechen von Tabus und spontane Experimente mit sich. Genauso wie für Bailey (der Picasso als seine größten Idole nennt), ist Picasso auch für Godard ein Idol. auch noch immer in dessen Filmen präsent (wie beispielsweise mit dem berühmten Diktum „Ich suche nicht, ich finde“ in *Eloge de l'Amour*, 2001).

Picassos Schlüsselwerke des *high modernism* wurden in Godards Arbeiten in Bezug zu populären Quellen gestellt - wie *A bout de souffle* neben Quellen aus den *high arts* (Malerei, Literatur, Musik) als gleichwertige Ausgangspunkte für ihre formalen Experimente dienten. Reproduktionen von Bildern Picassos, die an den Wänden der Zimmer (und als Postkarten) in Godards frühem Kurzfilm *Charlotte et Veronique, ou Tous les garçons s'appellent Patrick* (1957) und seinem ersten Spielfilm *A bout de souffle* (1959) (und auch in Truffauts *Jules et Jim* [1962]) zu sehen sind, werden selbst schon zu Akteuren dieser Filme, zu visuellen Anhaltspunkten. Wie in *This is Tomorrow* mit der Kontrastierung der hochpopulären Reproduktion von Van Goghs Sonnenblumen mit Bildern aus populären Filmen, ist es ein bzw. drei Jahre nach dieser Ausstellung in diesen Filmen eine Serie von Bildern aus dem Kontext der Hoch- und der Massenkultur, die in ein unhierarchisches Kontinuum eingereiht werden. In Godards *Charlotte et Veronique* wird in der Tonspur Beethovens Bagatelle „Die Wut über den verlorenen Groschen“ mit zeitgenössischer Popmusik kontrastiert; auf visueller Ebene setzt sich dieser Ansatz fort: Das Abbild James Deans (mit dem Slogan „Dieser Film erklärt das Drama und den Zorn des unvergesslichen James Dean“⁵⁶¹) findet sich in Mitten von Reproduktionen von Arbeiten Picassos wider, die in Form von Plakaten an Wänden und als Postkarten in den Blickpunkt gerückt werden.

In *A bout de souffle* verfolgt Godard diese Konfrontation von inhomogenen kulturellen Elementen mittels Massenreproduktion fort; so wird ein Foto Humphrey Bogarts einem Gemälde Picassos („Die Liebenden“, 1923) gegenübergestellt. Bilder aus *high* und *low* werden in diesem Film so etwas wie die Visualisierung der unerreichbaren Ideale der Protagonisten, Bilder von Idealen, die an keine Hierarchien mehr gebunden sind. Als Teil der Bilderflut sind sie schnell abrufbar und nicht mehr einem bestimmten Kontext von *high* oder *low* verortet –Schlüsselwerken des *high modernism* können so zu populären Bildern, zu Pin-Ups mutieren, während sich populäres Bildmaterial mit einem Mal in Mitten eines

⁵⁶¹ Vgl. MacCabe, 89

hochkulturellen Kontext wiederfindet. In dem sie von Massenmedien reproduziert wurden, gelang den Arbeiten des *high modernism* Eingang in die Populärkultur zu finden. Sie werden so schließlich ein Teil von ihr: „As art is reproduced in this way it becomes itself pop culture“, wie Alloway bemerkte.⁵⁶² Alloway erwähnte hier niemand anderen als Van Gogh (dessen Kontext mittels Massenreproduktion mit einem Mal die Populärkultur war, wie dies schon in *This is Tomorrow* vorgeführt wurde) und Picasso und fügt hinzu, dass Van Gogh keine Einwände zu dieser demokratisierenden Entwicklung gehabt hätte; „Van Gogh would have welcomed it because he had the greatest respect for clichés, which he regarded as the authorized expression of mankind, a kind of common property that especially binds us together.“⁵⁶³



Abb. 11, 12, 13, und 14. Das Medienbild James Deans, kontrastiert mit einer Reproduktion von Picassos Gemälde „Jeune fille devant un miroir“ (1932) in Jean-Luc Godards *Charlotte et Veronique, ou Tous les garçons s'appellent Patrick* (1957) und weitere Massenreproduktionen von Arbeiten Picassos in Godards *Charlotte et Veronique* und *A bout de souffle* (1959): Picassos „Les Amants“ (1923) als „pin-up“.

⁵⁶² Lawrence Alloway, *Pop Culture and Pop Art*, *Studio International*, Juli-August 1969, wieder abgedruckt in: Steven Henry Madoff (Hrsg.), *Pop Art. A Critical History*, Berkeley Los Angeles, London, 1997, 171

⁵⁶³ Ebda.

Nicht nur Picassos Arbeiten fanden sich mit einem Mal in einem veränderten Kontext wieder; auch Picasso selbst war nach dem Krieg zu einer äußerst populären Figur geworden, im Gegensatz zu früheren Perioden der „heroischen“ Moderne⁵⁶⁴ ähnelte seine Position ab nun mehr jener von Politikern und Filmstars. Seine Popularität und Ruhm basierte zu einem Teil darauf, dass Magazine über ihn berichteten und zu einem anderen daß seine Arbeiten in Form von Reproduktionen weltweit verbreitet wurden.⁵⁶⁵ Dazu gehörte besonders eine Reihe von Porträts von Sylvette David die 1954 entstanden waren, und in welcher Picasso die Fragmentierung und Deformation eines zunächst realistischen Abbilds des junge Mädchens mit modischer Pferdeschwanzfrisur fast schon „lehrbuchartig“ vorführte. Mit diesen Arbeiten popularisierte Picasso, der sich seiner Stellung völlig bewusst war seinen eigenen hochmodernistischen „Stil Picasso“.⁵⁶⁶

Arbeiten des *high modernism* fanden so bald Eingang in den *layouts* von Zeitschriften wie Vogue, die beispielsweise schon 1951 als Hintergrund für eine Modestrecke Werke von Jackson Pollock heranzogen.⁵⁶⁷ Besonders Picassos Ruhm wurde in Vogue lanciert, in dem unter anderem Irving Penns ikonisches Porträt Picassos von 1957 publiziert wurde – das Abbild des Künstlers erlangte nun einen ähnlichen Stellenwert wie dessen Arbeiten.⁵⁶⁸ Auch Bailey wurde von Vogue einige Mal die Möglichkeit geboten seine Porträtversion von Picasso zu liefern, lehnte dies jedoch ab: „I could have done Picasso a couple of times for Vogue, but I sort of declined, because I didn’t want to spoil the myth. I was stupid. I wish I had done it“, wie er sich erinnert. Er fügt aber auch hinzu, dass es ein originaler Druck von Penns ikonischem Foto ist, der ihn nun darüber hinwegtröstet.⁵⁶⁹ Bailey ließ nicht davon ab, andere Künstler zu porträtieren die ihn interessierten; und so erarbeitete er im Auftrag von Vogue eine Modeserie über Mexiko, in der im besonderen mexikanische Künstler wie der Maler Rufino Tamayo oder den Architekten Luis Barragán porträtiert wurden.⁵⁷⁰ Bailey

⁵⁶⁴ Vgl. Harvey, 32f.

⁵⁶⁵ Mit Picassos Name wurde schließlich sogar ein Automodell versehen; zu den Auswüchsen dieser Entwicklung der Popularisierung gab es auch beträchtliche Einwände von niemand Anderem als Baileys Idol Cartier-Bresson, der als Bewunderer des Malers schließlich einen wütenden Brief an Picasso Sohn Claude „geschickt [hatte] um ihm vorzuwerfen, dass er den Namen seines Vaters an eine Automarke und sein Bild an eine Werbeagentur verkauft hat“. Vgl. Pierre Assouline, Henri Cartier-Bresson. Das Auge des Jahrhunderts, Göttingen 2003, 246

⁵⁶⁶ Vgl. Ingo F. Walther (Hrsg.), Carsten-Peter Warncke, Pablo Picasso. Köln 1997, 532, 536 und 558

⁵⁶⁷ Richard Martin, Pre-Pop and post-Pop: Andy Warhol’s fashion magazines, in: MacCabe, Who is Andy Warhol?, 42

⁵⁶⁸ Nicht zuletzt ist es auch keine Arbeit Picassos, sondern eben genau dieses Porträt von Penn, mit dem das Cover einer Monographie des Verlags Taschen gestaltet ist, dessen Publikationen auf weitestmögliche Massenwirkung abzielen.

⁵⁶⁹ Vgl. Bailey im Gespräch mit Gandee

⁵⁷⁰ Vgl. Harrison, 71

besuchte diese Künstler mit Jean Shrimpton, porträtierte sie, und verschaffte ihnen mit der Publikation im Januar 1963⁵⁷¹ eine Breitenwirkung über das Massenmedium Zeitschrift.

Picasso, der im Übrigen gleich den Surrealisten ein große Interesse an der Photographie zeigte (er fotografierte seit seiner kubistischen Periode selber und verwendete diese und andere, gefundene Fotos als Vorlagen für seine Bilder⁵⁷²), hatte auch in formaler Hinsicht Einfluss auf eine Reihe von Baileys Fotos. Besonders Picassos Portraits von Dora Maar sollten seine visuelle Vorstellungen grundlegend beeinflussen: "I saw some paintings by Picasso of Dora Maar and it was like getting religion. Suddenly my whole vision changed. What Picasso showed me in an instant was [that] there are no rules."⁵⁷³ Schon aus Baileys Militärzeit in Singapur (1957) existiert ein Selbstportrait auf seinem Bett in der Kaserne; hinter ihm, an der Wand hängt statt dem üblichen „pin-up girl“ (wie in Godards zeitgleichen Filmen *Charlotte et Veronique* und *A bout de souffle*) eine Reproduktion einer Arbeit Picassos: ein Portrait Dora Maars. Wie es schon für Hamilton gegolten hatte, eröffnete Picassos Malerei Bailey die visuellen Innovationen des *high modernism* und ließen ihn einen völlig neues „Netzwerk“ entdecken: "Discovering Picasso opened a whole network of things."⁵⁷⁴ Picassos Arbeiten förderten Baileys Skeptizismus gegenüber festgefahrenen Regeln und sein formales Experimentieren. Ein frühes Foto seiner ersten Frau, Rosemary Bramble von 1959 verweist sehr klar auf die Portraits Picassos von Dora Maar der späten 30er Jahre: Bailey übersetzte hier das Motiv des „Single Eye“⁵⁷⁵ (das auch in anderen Photos der 60er Jahre auftauchen sollte) und den Akzent der durch die Hand der portraitierten gesetzt wurde, in die Fotografie. Die Ausleuchtung des Porträts von Bailey, das Hell-Dunkel des Schwarzweißfotos legt jedoch eine andere, weitere Inspiration nahe – die des Hollywoodfilms der 40er Jahre, und besonders des *Film Noir* eine Hawks und Huston. Schließlich ist es auch Irving Penns Porträt von Picasso das in Baileys Arbeit evoziert wird.

In einem weiteren, späteren Foto, ein Portrait des Schauspielers Oliver Reed (das im Januar 1965 in *Vogue* publiziert wurde), spielte Bailey (mit Hilfe der Doppelbelichtung) nicht nur auf die Mehransichtigkeit in Picassos Arbeiten der 30er Jahre an - auch die Techniken der Arbeiten des analytischen Kubismus werden hier offenbar evoziert und in das Medium Fotografie überführt. Nicht zuletzt tritt hier auch eine weitere Inspirationsquelle in dieser Arbeit zu Tage: Fotos aus dem surrealistischen Umfeld wie von Man Ray und Bill Brandt, deren Arbeit Bailey bewunderte, und die er im Übrigen auch 1969 bzw. 1967 porträtieren

⁵⁷¹ Vgl. ebda.

⁵⁷² Vgl. Anne Baldessari, Picasso und die Photographie, Schirmer/Mosel, München 1997

⁵⁷³ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁵⁷⁴ ebda.

⁵⁷⁵ Vgl. Harrison, S.206

sollte. In der Arbeiten der beiden Künstler rückt das zentrale Moment der Verdoppelung mit Hilfe der Doppelbelichtung in den Blickpunkt, eine Verdoppelung, die „den formalen Rhythmus der Verräumlichung [erzeugt] – den Twostop, der die Einheitlichkeit des Augenblicks vertreibt und in den Augenblick die Erfahrung einer Spaltung einführt.“⁵⁷⁶

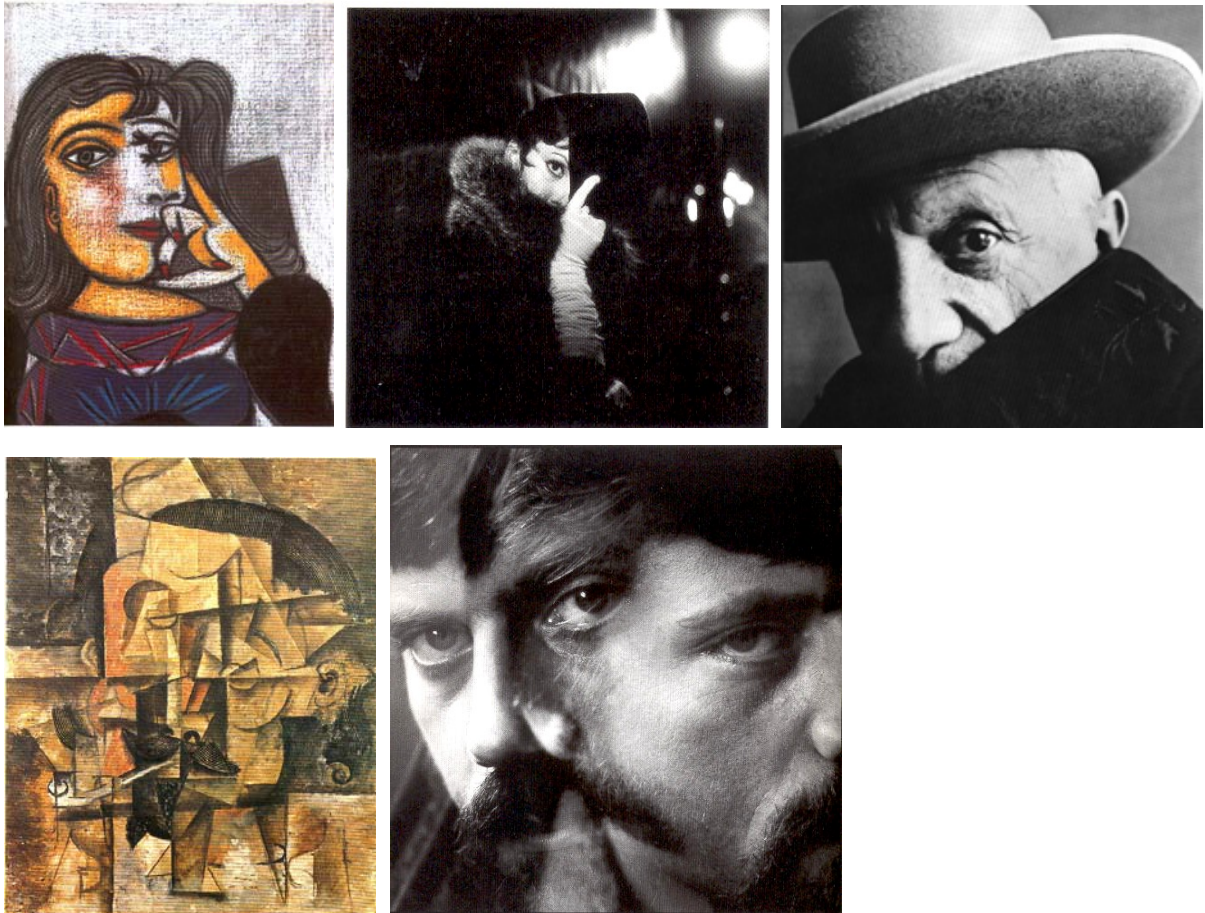


Abb.15. Picasso, Dora Maar. 1937

Abb.16. Bailey, Rosemary Bramble. 1959

Abb.17. Irving Penn, Picasso. 1957

Abb.18. Pablo Picasso, Le Poète, Sorges-sur-Ouvère, Sommer bis Herbst 1912

Abb.19. David Bailey, Oliver Reed, Vogue, Januar 1965

Bailey wurde zur Schnittstelle, übersetzte hier die Techniken und Methoden der Malerei des *high modernism* in den Kontext der Massenmedien. Er adaptierte Stilmittel und Stilelemente Künstlern der modernistischen Avantgarde wie Picasso, Man Ray und Brandt, und verschaffte ihnen Errungenschaften, und neue Sichtweisen Zugang zu einem weiten Publikum, was

⁵⁷⁶ Krauss, Die fotografischen Bedingungen des Surrealismus, in: Krauss und Wolf (Hrsg.), 154

wieder auf Harveys Diktum „our advertising, for example, is fed by modernism in all the arts and inconceivable without“ verweist.⁵⁷⁷

2.10 „STOP! The English have arrived!“: Bailey und Warhol

Bailey hatte schon Anfang 1962 auch Fotos für die amerikanische Vogue gemacht; die zweite Reise Baileys nach New York City im August 1962 sollte jedoch weitaus bedeutender sein, denn sie verschaffte ihm einen Vertrag mit der amerikanischen Vogue über 10 Jahre.⁵⁷⁸ Bailey war sich bewusst, dass er als Mitarbeiter dieser Zeitschrift internationales Profil gewinnen konnte, etwas, dass auch schon britische Fotografen erfolglos angepeilt hatten; britische Modefotografen (wie Cecil Beaton) waren bis dahin in New York City auf Ablehnung gestoßen. Mit Baileys Erfolg änderte sich die Lage jedoch, was eine Parallele zu den etwas späteren Erfolgen der Beatles in den USA darstellt.⁵⁷⁹ Eine Schlüsselfigur war hier Miki Denhof, die die Position des „art directors“ innehatte, und auf Grund ihrer europäischen Wurzeln (sie wuchs in Wien auf) Fotografen aus Europa für die auf jugendliche Leserschaft gezielte Zeitschrift „Glamour“ des Vogue-Verlags Condé Nast engagierte.⁵⁸⁰ Eine weitere Schlüsselfigur für Baileys Erfolge in den USA war Diana Vreeland, die Herausgeberin von Vogue ab 1963, die zuvor – als Kollegin des ehemaligen Independent Group-Mitglieds Ton del Renzio - bei *Harper's Bazaar* gearbeitet hatte.⁵⁸¹ Bailey, der nun bei der US-Vogue engagiert war, befürchtete zunächst, dass er nicht mehr erwünscht sei und dass ab nun die Stammfotografen von Harper's wie Richard Avedon Einzug halten und ihn verdrängen würden.⁵⁸² Baileys Ankunft mit Jean Shrimpton in New York und ihr unerwartet erfolgreicher Auftritt ist eine farbenfrohe Anekdote, die Bailey immer wieder gerne berichtet...

Jean and I were in New York, and we had an appointment to meet [Vreeland]. [We] ended up walking to Vreeland's office (...) because we couldn't get a cab – the rain was coming down like cats and dogs. Jane's makeup was running, and we both had leather jackets on and I had cowboy boots – which was kind of revolutionary. Anyway, we were arguing because Jean said, 'I can't go see Vreeland like this.' And I said, 'Hey, it's better to turn up than not turn

⁵⁷⁷ Ebda.

⁵⁷⁸ Vgl. Gandee

⁵⁷⁹ Vgl. Harrison, 69

⁵⁸⁰ Vgl. ebda., 70

⁵⁸¹ Vgl. ebda., 71

⁵⁸² Bailey im Gespräch mit Gandee

up.’ So we were ushered in by all the kind of sycophants, you know the typical fashion thing – pushed into this magic cave with red-lacquer walls, leopard-print carpet (...), and all these Rigaud candles burning. So there we were, these drowned rats dripping on her smart carpet. Vreeland stood up, pulled her glasses down, and said, ‘STOP! The English have arrived!’ And then she became one of our best mates.⁵⁸³

In einer anderen Version Baileys fügte Vreeland übrigens zu ihrem Ausruf noch ein emphatisches „they are adorable“ hinzu.⁵⁸⁴ Vreeland erkannte sofort das Potential, das in dem Stil dieser Neuankömmlinge aus England steckte. Anders als in England (und auch in Frankreich) hatte sich in den USA schließlich noch keine Jugendkultur (oder Zielgruppe der Konsumkultur) der 18-Jährigen herausgebildet; auf diesen Umstand wurde auch schon Warhol von dem *art director* von Vreelands Zeitschrift (und im Übrigen mit Bailey befreundetem), Nick Haslam, aufmerksam gemacht, der in New York von der „mod fashion revolution that had started in ‘59 or ‘60“ berichtete: „Nicky would remark that there weren’t really any young people here like there were in England – the kids here went from being juveniles straight into ‘young adults’, whereas in England the kids eighteen and nineteen were having a ball. (...) [I]t was a new age classification.“⁵⁸⁵ Vreeland war es auch, die die unorthodoxen Gegenüberstellungen von *high* und *low* der frühen britischen Pop Art - und genauso jene Warhols - in die Modestrecken des Medium des Magazins und damit in den Kontext der Massenmedien und der *popular culture* überführte. Ähnlich William Kleins Fotobüchern, war Vreelands Technik Editorials zu gestalten äußerst filmisch - nicht zuletzt auch in dem Versuch ohne Text ein Narrativ zu erzeugen. Höhepunkt ihrer Arbeit war am Ende der 60er Jahre ein *editorial*, das Fotos des legendären Konzerts in Woodstock mit Schlüsselwerken des *high modernism* (Werke Manets, Cezannes und Seurats) kontrastierte.⁵⁸⁶ Der Ansatz ihrer Arbeit zeigte sich schon in der Begeisterung des Stils Baileys und Shrimptons, ein Ansatz der in Folge dazu beitrug die radikalen Stile, und Manifestationen der neuen Jugend- und Eventkulturen der 60er Jahre in die noch „bourgeois“ Welt der Werbung und Mode zu assimilieren und auch Teil der Kunstgeschichte werden zu lassen: „Vreeland argues for the acceptance of the radical 60s ethos, rendering it as wholly assimilated and even bourgeois as Seurat’s still world of Parisians at leisure. (...) Woodstock becomes related to the history of art.“⁵⁸⁷

⁵⁸³ Ebda.

⁵⁸⁴ Harrison, 71

⁵⁸⁵ Warhol, Hackett, POPism, 35

⁵⁸⁶ Vgl. Martin, 43

⁵⁸⁷ Ebda.

Ähnliche gestalterische Ambitionen hatte auch Denhof, die fotografische Innovationen begrüßte; sie war es schließlich die Bailey nach seiner Ankunft in New York Andy Warhol vorstellte.⁵⁸⁸ Bailey fiel bei seinem ersten Besuch die frühen „silkscreen multiples“ auf und war von Warhols Methode angetan, banale Alltagsobjekte in Kunst zu verwandeln und somit die Grenzen zwischen den Bereiche Kunst und Alltag zu verwischen: „I liked the idea that Andy was interested in objects that had been considered banal and turned them into art“⁵⁸⁹.

Wie Bailey hatte Warhol in seiner ersten Phase seiner Karriere für Magazine wie Glamour und Vogue gearbeitet, und Warhols Faszination für Magazine zeigt sich auch darin, dass er selbst eines mit dem Titel *Interview* kreierte. Warhol arbeitete daneben auch an Illustrationen für Buchcover, Albumcover, und Schaufensterdekorationen, was seine spätere Arbeit mit verschiedensten Medien⁵⁹⁰ und auch seine jener Denhof ähnelnde Rolle als „art director“ seiner factory vorwegnehmen sollte. Als art director produzierte er allerdings in seiner “factory” bildende Kunst, wie Diedrich Diedrichsen feststellt: „[T]he central invention of commercial art was that of the art director: a person working with several media, art forms, and formats without necessarily “touching” anything. (...) Warhol was not a commercial artist turned multimedia artist but an art director applying himself to fine art.“⁵⁹¹

2.11 Im Kontinuum: Bailey und die Stones

Bailey und Shrimpton wurden in New York City zu einem “compellingly attractive item”.⁵⁹² Zu den zweien sollte sich bald auch eine dritte Person dazugesellen, die zum Mittelpunkt des Interesses wurde: Bailey brachte im Frühling 1963 neben Shrimpton niemand anderen als den jungen Mick Jagger zu einer *dinner party* mit, die in einer Wohnung an der Park Avenue stattfand. Warhol, ein Besucher der Party, war wie Vreeland von dem Stil Baileys und Jean Shrimptons begeistert, wie er sich später in seinem Buch *POPism: The Warhol 60s* erinnern sollte:

At Jane Holzer’s dinner I’d noticed Bailey and Mick. They each had a distinctive way of dressing: Bailey all in black, and Mick in light-colored, unlined suits with very tight hip trousers and striped T-shirts, just regular Carnaby Street sport clothes, nothing expensive, but

⁵⁸⁸ Vgl. Harrison, 70

⁵⁸⁹ Harrison, 70

⁵⁹⁰ Vgl. Peter Wollen, Andy Warhol: Renaissance man, in: MacCabe, Who is Andy Warhol?, 15

⁵⁹¹ Jack Bankowsky etc., Pop After Pop. A roundtable, Artforum, Issue October 2004,

<http://www.artforum.com/inprint/id=7664>

⁵⁹² Harrison, 71

it was the he put things together that was so great – this pair of shoes with that pair of pants that no one else would have thought to wear. And, of course, Bailey and Mick were both wearing boots by Anello and Davide, the dance shoemaker in London.⁵⁹³

Wie Warhol bemerkte waren Mick Jagger und Rolling Stones (und auch die Beatles) zu diesem Zeitpunkt noch weitgehend unbekannt. Von Haslam, in dessen New Yorker Wohnung Bailey, Shrimpton und Jagger eine Bleibe gefunden hatten, erfuhr Warhol, wie Jagger die jüngere Schwester von Jean Shrimpton kennengelernt hatte: „She put an ad in the paper – ‚Cleaner wanted‘ – and up turned Mick. He was a student at the London School of Economics; he was just cleaning flats to pay his way. And then she fell in love with him. We kept telling her, ‘But Chrissy, he’s so so awfully looking,’ and she’d say, ‘Not really.’”⁵⁹⁴

Chrissie Shrimpton hatte schließlich im selben Jahr Bailey mit dem vollkommen unbekannten 19-jährigen Jagger bekannt gemacht. Bailey war sich damals noch nicht so wirklich bewusst in welcher Art von Gesellschaft er sich befand, wie er später zugab; „Jean’s sister said to us, ‘Oh, I’m going out with this guy who’s gonna as big as the Beatles.’ I said, ‘Oh, yeah.’ I was wrong.“⁵⁹⁵ Bailey, der sich schnell mit Jagger anfreundete, war es nun auch, der ihn auf seinen Besuchen mit Jean Shrimpton in die Restaurants und Londoner Klubs mitnahm: „[Ich nahm] ihn mit zum Cassarole [, einem Restaurant] in der Kings Road. Er schmatzte beim Essen wie ein Junge aus der unteren Mittelschicht. Da ich aus der Arbeiterklasse stamme, fielen mir die schlechten Manieren eher auf als den meisten anderen.“⁵⁹⁶ Bailey verschaffte Jagger Zugang zu dem network der Britischen *popular culture*, die sich in den Klubs traf und dort Kontakte herstellte...

Der Schauspieler Terence Stamp hatte Jean und mich in ein Lokal im obersten Stockwerk eines Gebäudes mitgenommen. Es hieß Ad Lib und war ein in eine Diskothek umgewandeltes Soho-Penthouse mit lauter Musik, verspiegelten Wänden und einem riesigen Fenster, das den Blick auf London freigab. Die Klientel bestand aus Popstars, jungen Schauspielern und Schauspielerinnen, Künstlern und Fotografen. Ich nahm Mick mit, und bald präsentierte er sich – with a little help from his friends – in der vornehmen Gesellschaft.⁵⁹⁷

⁵⁹³ Andy Warhol, Pat Hackett, POPism. The Warhol Sixties, Orlando /Austin /New York / San Diego/ Toronto/London 1980, S.75f.

⁵⁹⁴ Warhol, Hackett, 75

⁵⁹⁵ Bailey im Gespräch mit Gandee, ebda.

⁵⁹⁶ Stephen Davis, Die Stones, Hamburg 2002, 76

⁵⁹⁷ Davis, 77

Baileys Beschreibung macht klar, wie sehr sich die Szene der isolierten Künstler des Nachkriegslondon, die am Rande der Armut lebten und nach Kontakten und Neuigkeiten hungerten, in wenigen Jahren in ein lebendigen *network* von prosperierenden Kreativen gewandelt hatte - ein *network*, das nichts anderes darstellte als das von Alloway prophezeite Kontinuum zwischen den Fine- und Popular Arts, ein „communication network“, das (Massen-)Medien wie Film, Werbung, Grafik, Produktdesign und Mode verbindet.⁵⁹⁸ Bailey bemerkte aber auch wo anders, dass dieses network äußerst begrenzt war und außerhalb dieser privilegierten Gruppen die Situation die 60er Jahre sicher ganz anders aussahen, und er überdies viel Glück gehabt hatte: „It was great decade – for about 2,000 of us, living in London. I don’t know if it was great for miners in the Rhondda Valley.“⁵⁹⁹

Wie Bailey bemerkt, wurde die Britische Kultur bis in die 50er Jahre noch weitgehend von den USA und besonders dem klassischen Hollywoodkino beeinflusst; mit den 60er Jahren bildete sich allerdings dann eine genuin dieses Netzwerk der britische *pop culture* heraus, die dann den Stil rückwirkend in den USA beeinflussen sollte: „I think up until the 50s, everyone of my generation was totally influenced by American culture via Hollywood. Then in the ‘60s, something happened in England... in London, really. It was like a few thousand people in London suddenly found their identity.“⁶⁰⁰ Bailey war es nun, der mit seinen Fotos zu dieser Popkultur in großem Maß beitrug, zu dieser genuin britischen *youth/ pop culture*, die 1964 engültig in den USA angekommen war, wie Warhol nicht ohne Ironie bemerkte: „Everything went young in ‘64. The kids were throwing out all the preppy outfits and the dress-up clothes that made them look like their mothers and fathers (...). (...) [W]ith the new clothes coming in, they all went on diets. This was the first year I can remember seeing loads of people drinking low-calorie sodas.“⁶⁰¹ Dieser Stil wurde auch von Baileys Fotos von Jean Shrimpton beeinflusst. Britische Bands wie die Beatles, die Rolling Stones und die Yardbirds begannen nun auch mit einem Mal in den USA zu touren. Warhol fügte noch hinzu, dass diese einsetzende Anglophilie die sich nun sogar auf die Alltagssprache auswirkte, oft bizarre Züge annahm: „American boys would fake cockney accents to pick up girls, and whenever they found a real person from London, they’d try to keep him talking and talking so they could get his accent down.“⁶⁰²

⁵⁹⁸ Vgl. Whiteley

⁵⁹⁹ Bailey im Gespräch mit Denes

⁶⁰⁰ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁶⁰¹ Warhol, Hackett, 87

⁶⁰² Ebda., 88



Abb.20. David Bailey, Mick Jagger, 1964

Bailey hatte mit seinen Fotos beträchtlichen Anteil an der Kreation des *images* der Rolling Stones, das schnell berühmt wurde. Jagger selbst nahm gerne an Baileys Fotosessions teil, da ihn einerseits Baileys Staccato-artige Arbeitsweise faszinierte, andererseits auch die Models lockten. Dies führte ihn auch nach Paris im März 1964, wo Bailey von Vogue beauftragt wurde; dies bedeutete nicht alleine Arbeit, sondern auch laute Parties mit Mädchen, was dazu führte, dass die beiden schließlich sogar gezwungen wurden ihr Hotel zu verlassen.⁶⁰³ In Paris entstand auch ein Foto Jaggers, das die britische Vogue ablehnte zu veröffentlichen; Bailey ließ sich davon allerdings nicht beirren und zeigte es der Herausgeberin der amerikanischen Vogue Diana Vreeland. Wie Bailey sich erinnert war diese außer sich, als sie das Foto sah: „I showed it to Vreeland and she said, ‚I don’t care who he is or what he is, he looks great! I want the picture.‘ And she was the first person to run a picture of Mick in America.“⁶⁰⁴

Nach der eher enttäuschenden ersten Tour in den USA im Juni 1964 traten die Rolling Stones im Oktober abermals in Manhattan vor einem Publikum auf, zu dem Namen wie Warhol, Vreeland, die gesamte „In-Crowd“ New York Citys und auch Jean Shrimpton und Bailey gehörten. Er hatte zuvor gegenüber all seinen Bekannten verlautbart, dass nun nicht mehr die Beatles interessant wären, sondern eben die Rolling Stones⁶⁰⁵, eine Meinung die er bis heute nicht geändert hat: „The Beatles were kind of silly. We were very unimpressed by the Beatles. I mean, we were more impressed with the Rolling Stones because they came out of the tradition of jazz. (...) The Beatles, certainly when they first came along, were very square.

⁶⁰³ Vgl. Davis, 117

⁶⁰⁴ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁶⁰⁵ Vgl. Davis, 142

They looked silly with their little haircuts and little double-breasted suits. (...) The Stones were more raw.”⁶⁰⁶



Abb.21. Eine nicht verwendete Variante zu dem Coverfoto von *Out of their Heads*, September 1964

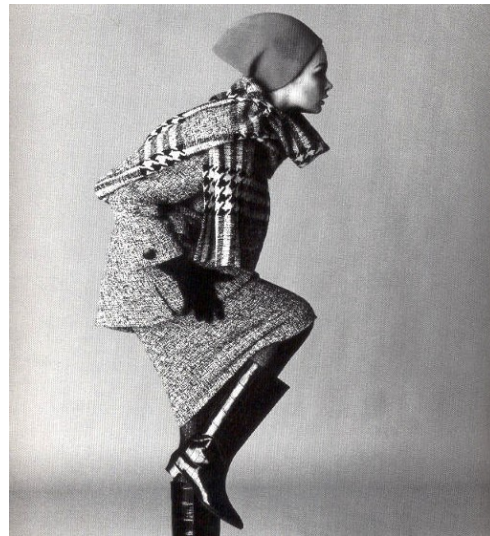


Abb.22. David Bailey, Jean Shrimpton, 1963

Bailey setzte nun Hamiltons Forderung, dass der Bildende Künstler zu der *popular culture* einen Beitrag leisten sollte, besonders mit seiner Arbeit für die Rolling Stones in die Tat um; er gestaltete in Folge einige Alben der Band wie das Cover des Albums *Out of our Heads*, das im Juli 1965 erschien und den Song „Satisfaction“ enthielt, der in den USA schnell den ersten Platz der LP-Charts erklomm.⁶⁰⁷ *Satisfaction* und damit auch Baileys Plattencover war im Sommer 1965 allgegenwärtig. „This was the summer of ‚Satisfaction‘ – the Stones were coming out of every doorway, window, closet, and car“, wie sich Warhol erinnerte.⁶⁰⁸

Baileys Bekanntschaft mit Jagger hatte auch auf andere Weise Einfluss auf seine Arbeit; er ließ Jean Shrimpton ab 1963 vor seiner Kamera typische Jagger-Posen einnehmen.⁶⁰⁹ Dies macht darauf aufmerksam wie sehr Musik und Mode in der britische Popkultur in einer Art „union“ verbunden waren, wie auch der Produzent der Stones jener Zeit, Andrew Oldham, bemerkt; er nennt nicht zuletzt Bailey als Schlüsselfigur für den internationalen Erfolg der britischen Popkultur: „The British fashion business was the first pop business. Look at the photographic work of Terence Donovan and Bailey in 1960, 1961 in *Vogue* and you’ll see the first Beatles and Stones covers and the clues at all early video attempts (...) David Bailey

⁶⁰⁶ Bailey im Gespräch mit Gandee. Eine Beobachtung, die auch den Erfolg der “Stones” (und Misserfolg der Beatles) vor dem Jazz-geschulten französischen Publikum erklärt, vgl. Davis, 140 und 161.

⁶⁰⁷ Vgl. ebda., 172

⁶⁰⁸ Warhol, Hackett, 146

⁶⁰⁹ Vgl. Harrison, S.100f.

already was travelling the world for Vogue.“⁶¹⁰ Die Mitgestaltung des „mit Bildern saturierten Raumes“ (Jameson)⁶¹¹ die so erfolgte, machte für Bailey nicht mit den Plattencovern halt; er gestaltete auch die urbane Erscheinung einer US-Metropole: Ein gewaltiges Foto Baileys das für ein Album der Rolling Stones warb dominierte schließlich im Oktober 1965 den Times Square in Manhattan.⁶¹²

2.12 “David Bailey’s box of pin-ups”

Baileys Experimente mit den Techniken der *nouvelle vage* und Popelernen stießen allerdings nicht auf allzu große Gegenliebe bei einigen konservativeren Mitarbeitern bei *Vogue*, da dieser die Mode zu Gunsten formaler Experimente in den Hintergrund drängte. Baileys Stil wurde überdies von einigen Mitarbeitern der britischen *Vogue* als ‚Old Bailey’s scruffy look‘ (Old Baileys schmutziger Look) abgetan, und man machte ihm klar, dass er ‚Zufälle‘ in seinen Arbeiten doch besser ausklammern sollte.⁶¹³ Bailey reagierte auf diese Kritik, in dem er zunächst die formale Strenge Irving Penns übernahm (wie Penns Porträt Picassos), und sich nun wieder mehr an dem Kanon der Portrait- und Modefotografie orientierte. Er strebte jedoch eine Synthese zwischen der formalen starren Komposition von Penns Ästhetik und der Spontaneität von William Klein und der Nouvelle Vague an, die in wieder in die Nähe einer filmischen Ästhetik brachte, diesmal jedoch mit klareren, einfacheren Strukturen. Baileys Fotos ab Ende des Jahres 1963 waren von einer Vereinfachung, einer Zurücknahme und Minimalisierung geprägt – „(...) I moved into the studio – (I) tried to simplify everything. I do prefer a white background and just the person, because it’s the hardest picture to take.“⁶¹⁴ Dies bedeutete eine Distanzierung zu der Straßenfotografie seines Idols Cartier-Bressons: “[He] is a great photographer, but if you have

⁶¹⁰ Harvey Kubernick, The Backpages Interview: Andrew Loog Oldham, in: *Rock’s Backpages*, Januar 2001, <http://www.andrewloogoldham.com/rocksbpgs.html> (Stand: 02.10.2006). Die Wechselwirkungen des Mode- und Popmusik- und Filmnetzwerkes werden auch daran ersichtlich, dass Baileys enger Freund Jagger schließlich in Filmen auftrat und selbst begann Modefotos zu produzieren. So notierte der Filmemacher Werner Herzog während der Dreharbeiten seines Filmes *Fitzcarraldo* (1981) folgende Szenen, die sich vor dem lateinamerikanischen Regenwald zwischen seinem Hauptdarsteller Jagger und dessen Modelfreundin Jerry Hall abspielten, und schon wie eine Parodie von Baileys Arbeit erscheinen: „Der Regen schwillt an und ab, und Mick macht Photos für *Vogue* von Jerry Hall in Leoparden-Badeanzügen vor Urwald und wilden Indianern; es kommt mir befremdlich vor, unseren Hintergrund für eine Art Commercial zu verwenden. Mick sagte mir, er verdiene 1000 Dollar daran, und lachte sich darüber kaputt.“ Vgl. Herzog, *Eroberung des Nutzlosen*, München/ Wien 2004, 142

⁶¹¹ Fredric Jameson im Gespräch mit Kathrin Bergenthal, *Immer engere Räume*, <http://www.freitag.de/2001/10/01101301.htm>

⁶¹² Vgl. Davis, 187

⁶¹³ Vgl. Harrison, S.69

⁶¹⁴ Bailey im Gespräch mit Gandee, ebda.

enough people sitting around it's kind of easier than just someone alone against a white background.”⁶¹⁵ Wie David Allan Mellor bemerkt, kann man Baileys “sharp glance“ eines extremen Schwarzweiß-Kontrasts als Antwort auf die noch unscharfen Bilder des sich seit in Großbritannien durchsetzenden Fernsehen verstehen.⁶¹⁶ Seine ‚neue‘ Ästhetik verfeinerte er nun mit Anleihen an Irving Penns strenger Komposition und nach einiger Zeit mit der Integrierung eines Stilelements der Moderne, dem Moment der Bewegung der besonders im Kubismus, Futurismus und die Fotografie des Bauhauses in den Blickpunkt gerückt wurde. Ein weiteres Element war schließlich auch Kleins spontanen Schnappschusstil, der dadurch gekennzeichnet war, daß Gesichter nahe an das Objektiv gerückt wurden. Diese Methoden waren wie geschaffen für die Porträts der neuen Ikonen der *Cool Britannia*, der Repräsentanten des britischen *High Art-Popular Art Continuum*. Bailey wurde zum dem wichtigsten Porträtfotografen dieses Künstlernetzwerks von einigen „few thousand people“: „From today's perspective Bailey's contribution to the iconography of the period was remarkable, and arguably unparalleled“, wie Martin Harrison bemerkt.⁶¹⁷

Diese Ikonografie war nicht zuletzt auch von Warhols “Silkscreens” und dessen Faszination für Stars beeinflusst. Ein weiterer Punkt war auch Baileys eigene Faszination für die Gesichter des klassischen Hollywoodfilms, für das verschwundene Starsystem der 40er Jahre und dem verschwundenen Genre Musical mit seiner Personifikation Fred Astaire⁶¹⁸, eine Faszination die er mit Vielen aus seiner Generation teilte: „The desire to lose yourself in other people's (...) faces“, wie Sontag diese Sehnsucht beschrieben hat.⁶¹⁹ Da Bailey keine formalen Einschränkungen auferlegt wurden, kam ihm die Hinwendung zur Porträtfotografie die einen bedeutenden Aspekt von Baileys Arbeit bei Vogue darstellte - äußerst gelegen und war nicht zuletzt eine willkommene Abwechslung Modelfotografie, die er künstlerisch nicht sehr hoch einschätzte: „The most a fashion photography can be is a social document of the time and period, and if it's not, it's not anything.“⁶²⁰ Porträtfotografie war dem Kunstanspruch Baileys näher als die als reine Werbung gedachte Modelfotografie: „I liked portrait (photography), because you gained something, with fashion, it's all give. You don't gain anything. (...) [portrait photography is] not just a job.“⁶²¹.

⁶¹⁵ Bailey im Gespräch mit Gandee, ebda.

⁶¹⁶ Vgl. Mellor, 79

⁶¹⁷ Harrison, S.20

⁶¹⁸ Vgl. Mellor, 84

⁶¹⁹ Susan Sontag, The Decay of Cinema, in: The New York Times, 25. Februar 1996, http://partners.nytimes.com/books/00/03/12/specials/sontag-cinema.html?_r=1&oref=slogin (14.9.2006)

⁶²⁰ David Bailey im Gespräch mit Karl-Peter Gottschalk: The British is Here!,

<http://easyweb.easynet.co.uk/~karlpeter/zeugma/inters/inter0.htm>

⁶²¹ David Bailey Interview, Transcript from 2002 BBC Two documentary *Fame, Fashion and Photography: the Real Blow-Up*, <http://www.bbc.co.uk/arts/blowup/clips.shtml>

Im August 1964 entschied er sich schließlich für den Beginn eines Projekts sich dem *network* der Londoner *pop culture* widmete - eine Serie von Porträts von Popikonen des „*Swinging London*“, das die Porträts von Schauspielern (Michael Caine), Models (Jean Shrimpton), Bildende Künstlern und Kreativen (David Hockney, Lord Snowdon), Gangstern aus dem East End („The Kray Twins“), Musikern (John Lennon, Paul McCartney, Mick Jagger) und auch des Produzenten der Rolling Stones, Andrew Oldham beinhaltet.⁶²² Bailey musste auf Grund seines sehr dichten Terminkalenders die Fotositzungen extrem schnell durchnehmen und hatte tatsächlich mit den meisten der Popikonen nur wenig Kontakt. Oft dauerten die Sitzungen nicht länger als eine halbe Stunde, und John Lennon gab während einer späteren Begegnung mit Bailey in den 70er Jahren zu, wie sehr er bei seiner ersten Fotositzung zusammen mit Paul McCartney durch Baileys staccato-artigen Stil zu fotografieren eingeschüchtert worden war.⁶²³ 1965 erschien das Ergebnis schließlich als eine Schachtel mit losen Reproduktionen mit dem Titel „David Baileys box of pin-ups“⁶²⁴, der nahe legte, dass man die Fotos in den verschiedensten Konfigurationen auf die Wand pinnen konnte. Das war eine Tätigkeit, die nicht zuletzt schon die Künstler der *Independent Group* mit Begeisterung verfolgt und ihre Faszination der massenkulturellen Bilderflut reflektiert hatte.

2.13 Kanonrevision und die Kreation neuer „Icons“

Die Porträts der Box zeichnet eine Vereinfachung und Zurücknahme aus. Die Porträtierten posieren in hartem, Bergman-ähnlichem Licht vor einem weißen Hintergrund, alles wirkt sehr graphisch, oft nehmen die Porträtierten geometrisch anmutenden Haltungen ein und es dominierte der Kontrast von schwarz und weiß. Diese Stilelemente lassen auch an die graphischen schwarz-weißen Op-Art Bilder der Künstlerin Bridget Riley denken, deren Arbeiten Baileys Interesse geweckt hatte.⁶²⁵ Ihre Arbeiten beeinflussten allerdings nicht nur Baileys sondern den gesamten Stil, die Mode und das Design Londons, auch wenn dies nicht unbedingt von ihr beabsichtigt war: „Ihr Erfolg beruhte (...) auf der graphischen Qualität ihrer Malerei, die gegen ihren Willen in einen Bereich zwischen Kunst, Life-Style und Mode überführt wurde. Bald (...) wurden ihre Motive in Stoffmuster und graphische Motive

⁶²² Vgl. Harrison, 77

⁶²³ Vgl. ebda.

⁶²⁴ Vgl. ebda.

⁶²⁵ Vgl. ebda., 110

integriert und so Bestandteil der Populärkultur.“⁶²⁶ Bailey gehörte nun auch zu jenen, die als Schnittstelle die Ästhetik Rileys in die Fotografie, die *pop culture* überführten; seine Fotos der Op-Art Kleider intensivierten und unterstrichen die geometrische Ästhetik der Mode, wie z.B. durch den graphische Schwarz-Weiß-Kontrast, der einen zentralen Moment einer zeitgleichen Literaturströmung erinnert – den der Flachheit und des Unpersönliche den Sontag als zentralen Moment der des *nouveau roman* beobachtet hatte⁶²⁷, der selbst schon die Phänomene der Massenmedien in die Literatur überführt hatte.

Die Künstler der vorhergehenden Generation, der *Independent Group*, die Bildmaterial gesammelt hatte und es in Form von pin-ups an Wänden neu kombinierten, waren von jenen der jüngeren Generation wie eben von Bailey abgelöst worden, die nun diese „Pin-Ups“ selbst produzierten. So wie das Bildmaterial in den Projekten der Independent Group unhierarchisch behandelt wurde, so wurden nun genauso in *Baileys Box of Pin-Ups* alle sozialen Hierarchien aufgelöst.⁶²⁸ Auf diese „triumphierende Klassenlosigkeit“⁶²⁹, dieser post-Churchill bzw. post-imperialen Popkultur (Churchill starb im Jahr der Publikation von *Baileys Box*)⁶³⁰ wies schon der Journalist Francis Wyndham hin, der wie Bailey für die Publikationen *Queen* und *Sunday Times* arbeitete⁶³¹, und die Bildbeschreibungen zu *Baileys Box* beigesteuert hatte.⁶³² Wyndham bezog sich hier im Besonderen auf das Porträt von Michael Caine, das als eines der ikonischen Bilder der 60er Jahre *Baileys* gilt.⁶³³ *Baileys Box* stellt eine neue Kanonisierung dar, die zwei Jahre später auf ähnliche Weise die von ihm in der *Box* porträtierte Beatles-Mitglied McCartney formulieren sollte – die Beatles mit dem Cover ihres Albums „Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club“ (1967). Dieses Cover reflektiert die Kanonrevision, die von der Pop Art betrieben wurde⁶³⁴ – und zu allererst von der Independent Group, Hamilton und Paolozzi formuliert wurde: das *Popular Art – Fine Art Continuum*.

Das Cover, das die Popkünstlern Peter Blake und Jann Haworth in Zusammenarbeit mit den Beatles erarbeiteten, „versammelt nicht nur einen Gegenkanon, sondern kündigt demonstrativ dessen wichtigste Voraussetzung, den Ausschluss des Minderwertigen, Trivialen, Populären, Unterhaltsamen, Komödiantischen und Verworfenen, indem es auch die Protagonisten der

⁶²⁶ Michael Krajewski, Zur Rezeption der Kunst von Bridget Riley, in: Raimund Stecker (Hrsg.), Bridget Riley, *Selected Paintings 1961-1999*, Hatje Cantz, Düsseldorf 2000, 106

⁶²⁷ Vgl. Mellor, 83

⁶²⁸ Vgl. ebda., 84

⁶²⁹ Harrison, 172

⁶³⁰ Vgl. Mellor, 84, 148

⁶³¹ Vgl. Bailey im Gespräch mit Wroe

⁶³² Vgl. Harrison, 172

⁶³³ Vgl. ebda.

⁶³⁴ Vgl. Grasskamp, das Cover von Sgt. Pepper, 30

Kulturindustrie salonfähig macht“ (Grasskamp)⁶³⁵. *David Bailey's Box of pin-ups* stellt nun so etwas wie einen Vorläufer zu dem Albumcover dar, in dem es den Fotografen Lord Snowdon (zuvor Tony Armstrong Jones), der in die königliche Familie eingeheiratet hatte in Bezug zu stadtbekannten Bandenführern aus dem East End setzte, die Teil der „local gang culture“ waren, mit der Bailey als Teenager bekannt gemacht wurde: „The Krays, the Barking Boys and the Canning Town Boys were the three gangs at the time. They weren't gangsters, they were just hooligans. They just went around beating people up if you looked at them wrong in the dance hall. I got beat up by the Barking Boys because I danced with one of their girlfriends“, wie sich Bailey erinnert.⁶³⁶ Den Kontakt zu den Kray Brothers hatte nun auch nicht zuletzt Wyndham hergestellt, der feststellt, dass Bailey ihren ideale Porträtisten darstellte; „They really respected him because he was from the same place as them but had won success and fame legally.“⁶³⁷ Die stadtbekannten Schläger fanden sich so nun in einem Spektrum an Stars und Künstler, Medienfiguren, Protagonisten der Kulturindustrie wieder, die oft in komödiantischen Posen posierten - eine Art Sontagscher camp-chic der einigen Widerspruch in der Öffentlichkeit hervorrufen sollte.⁶³⁸ Ein weiterer Angriffspunkt waren auch die „blasphemischen“ Tendenzen in Baileys Box, die besonders mit Porträt P.J. Probys ans Tageslicht traten, der in einer Art Kreuzigungspose dargestellt wurde⁶³⁹, eine Pose, die aber auch darauf aufmerksam macht, dass Bailey einen wachen Blick für die Bildästhetik der Massenmedien und Popkultur hatte, die einige Parallelen bzw. Rückgriffe auf den byzantinischen bzw. mittelalterlichen Bilderkult aufwies (der er auch in der Bildästhetik des *Sgt. Pepper Cover* Albums eine Rolle spielte); „nirgendwo sonst ist seit dem Mittelalter der Bilderkult so verbreitet gewesen wie in der medienverstärkten Popkultur mit ihren pseudosakralen Tendenzen“. ⁶⁴⁰ Nicht zuletzt auch waren die Gestalter des *Sgt. Pepper Covers* Blake und Haworth auch Teil eines weiteren Projekts Baileys, „*Goodbye Baby and Amen*“ (1968), das diese Gegenhierarchie der Kulturindustrie weiter führte und auch genauso ausweitete – im Gegensatz zu den 37 Drucken der Box bestand diese Sammlung nun aus 150 Fotos, die auch stilistisch erweitertes Spektrum umfasste.⁶⁴¹

⁶³⁵ Ebda., 31

⁶³⁶ Bailey im Gespräch mit Wroe

⁶³⁷ Ebda.

⁶³⁸ Vgl. Mellor, 85

⁶³⁹ Vgl. Harrison, 20

⁶⁴⁰ Grasskamp, 119

⁶⁴¹ Vgl. Harrison, 189

2.14 Bailey als Ikone

Nicht nur Baileys Fotos dieser neuen Ikonen gelangten in Vogue und anderen Zeitschriften an die Öffentlichkeit, wurden Teil der *pop culture*, auch Bailey selber wurde zu einer prominenten Figur und zur Popikone. Das lag an seinem Auftreten als *enfant terrible* der Londoner Popkultur, das empörte Überschriften in Zeitungen hervorrief⁶⁴², an seinem Stil und den Frauen mit denen er liiert war: Seine Beziehung mit Jean Shrimpton und besonders mit Catherine Deneuve wurde mit großem Interesse von den Medien beobachtet.⁶⁴³ Bailey lernte Deneuve über Roman Polanski kennen, der sich erst seit kurzem in Großbritannien aufhielt, um seinen Film *Repulsion* (1965) zu drehen: „[He] kept saying, ‚You’re gonna love this French girl I’m making a film (...) with. (...) You’re gonna fall in love with her... I know she’s for you.‘ Then he talked her into doing some *Playboy* pictures to promote *Repulsion*“, wie sich Bailey erinnert.⁶⁴⁴ Seine äußerst unorthodoxe Hochzeit mit Deneuve nur zwei Monate später, im August 1965⁶⁴⁵, machte Schlagzeilen in der Presse⁶⁴⁶, nicht zuletzt auch, da niemand anderer als Mick Jagger - dessen Band „The Rolling Stones“ gerade eben mit „Satisfaction“ Erfolge feierte - der Trauzeuge war...

It was funny. Mick was the best man. It caused a scandal in England because I wore jeans, and Catherine wore a black dress and smoked all through the ceremony. (...) And then they did all that nonsense about, ‘Do you take this man to be your...’ and Catherine turned to me and said, ‘What’s he talking about?’⁶⁴⁷

Dies ist eine Parallele zu den Hochzeiten und Beziehung Jean-Luc Godards mit Anna Karina bzw. Anne Wiazemsky, das das Interesse der Medien weckte und so bald Godards filmische Arbeit übertönte. Die Hochzeit mit Anna Karina 1961 war sogar der weit verbreiteten Zeitschrift *Paris Match* ein Cover wert⁶⁴⁸, die auch von der Hochzeit Godards und Wiazemskys 1967 berichtete.⁶⁴⁹

Godard und Bailey, die so schon von Anbeginn an von den Massenmedien oft in den Blickpunkt gerückt wurden, sind seit den 60er Jahren öffentliche Figuren in Großbritannien

⁶⁴² Vgl. Harrison, S.21

⁶⁴³ Vgl. ebda., S.71

⁶⁴⁴ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁶⁴⁵ Vgl. Harrison, 186

⁶⁴⁶ Vgl. ebda., 21

⁶⁴⁷ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁶⁴⁸ Vgl. MacCabe, 137

⁶⁴⁹ Das Interesse der Medien wurde nicht zuletzt auch geweckt, da Wiazemsky die Enkelin des Literaturnobelpreisträgers Francois Mauriac war. Vgl. MacCabe, 187 und 199

bzw. Frankreich. Beide werden bis heute regelmäßig interviewt, Bailey von der Zeitung *The Guardian* und Godard von ihrem französischen Äquivalent *Libération*.⁶⁵⁰ Bailey und Godard sind noch immer im Fernsehen präsent – Bailey mit einer Werbung für Olympus mit dem geläufigen Satz „Who do you think you are, David Bailey?“. ⁶⁵¹ Beide sind so etwas wie selbstilisierte „fools“: Godard wird von Colin McCabe als „the licenced destroyer of convention and ceremony“ beschrieben⁶⁵² - eine auffallende Parallele zu Bailey, dessen Medienauftritte nichts anderes als konventionszerstörend waren.

2.15 Film Stills: Bailey und Godard

Baileys Verbindung mit Catherine Deneuve eröffnete ihm die Welt des Films⁶⁵³ und besonders des Französischen, da Deneuve in wenigen Jahren mit einer beeindruckenden Reihe von Regisseuren kollaborierte und ihm Zugang zu den Dreharbeiten verschaffte: „Well, I got involved a lot with the French Cinema. I met all those Frogs. Catherine did *Belle de Jour*, so I met Bunuel, who was great. [I] didn't like Truffaut. And I thought Vadim was an awful man. But, you know, it added another texture to life.“⁶⁵⁴ Bailey begleitete Deneuve und ihre Schwester Françoise Dorléac mit seiner Kamera auf den Sets einer Reihe von emblematischen Filmen von Bunuel, Agnès Varda (*Les Créatures*, 1965), Jacques Demy (*Les Demoiselles de Rochefort*, 1966), und neben Polanskis *Repulsion* und auch dessen Film *Cul-de-sac* (1966). Er konnte schließlich sein Idol Godard bei den Dreharbeiten zu dessen antiutopischen Film *Alphaville* im Januar 1965 begegnen, zu dem er für die Septemberausgabe von *Vogue* auch eine Rezension lieferte. Bei den Dreharbeiten, die in den neuen Trabantenstädten an der Peripherie von Paris stattfanden⁶⁵⁵, entstanden im Auftrag für dieses Magazin Porträts von Anna Karina, von dem „B-Picture Star“ Eddie Constantine und nicht zuletzt von Godard.⁶⁵⁶ Constantine verkörperte den schon oft dargestellten Privatdetektiv Lemmy Caution, eine Figur der äußerst populären „polars“ (Polizeifilme), die hier in einen Film verpflanzt wurde, in dem Aspekte des „high modernism“ (Architektur, Surrealistische Lyrik, und filmischer Stil) mit populären Genres wie Comics, Film Noir, Spionage- und Science-Fiction Film

⁶⁵⁰ Vgl. McCabe, 256

⁶⁵¹ David Bailey im Gespräch mit Jeff Dawson, So this fat little bloke from the East End is directing a film: Who does he think he is?, in: *The Guardian*, February 26, 1999, http://www.guardian.co.uk/friday_review/story/0,3605,313353,00.html

⁶⁵² McCabe, 256

⁶⁵³ Vgl. Harrison, 186

⁶⁵⁴ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁶⁵⁵ Vgl. McCabe, 167

⁶⁵⁶ Vgl. Harrison, 186

kontrastiert werden (wie dies schon in den Projekten der *Independent Group* und Baileys Fotoarbeiten geschah): „It is as though Godard has brought together all the popular genres of the century, in a style which mixes comic strip and high modernism, Eddie Constantine and Paul Eluard, whose collection of poems entitled *Capital of Pain* punctuates the film“, wie MacCabe bemerkt.⁶⁵⁷ Was Bailey besonders ins Auge fiel, war das Constantines Figur in Godards Film - ein Geheimagent der einen Reporter mimt - unaufhörlich Schnappschüsse mit seiner Kamera von Männer mit Sonnenbrillen machte⁶⁵⁸, wie sie auch Godard trug.

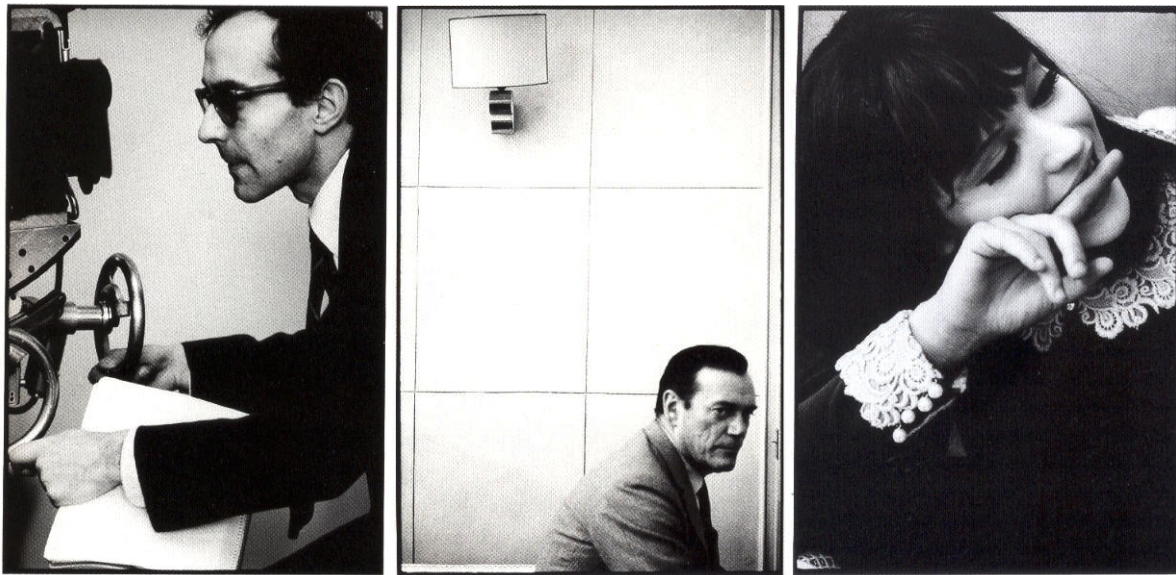


Abb.23-25. David Bailey, Jean-Luc Godard, Eddie Constantine und Anna Karina bei den Dreharbeiten von *Alphaville* (1965).

All diese Erfahrungen und Beobachtungen bei den Dreharbeiten zu diesen Filmen ließen den nun schon von der Modefotografie überdrüssig gewordenen Bailey filmische Ambitionen hegen, wie er im Jahr 1965 oft bemerkte.⁶⁵⁹ Diese Ambitionen machten sich in einer Reihe von Fotoarbeiten bemerkbar, in denen Bailey direkt auf bestimmte Filmszenen aus Filmen verwies, wie beispielsweise Masseninszenierungen aus Fellinis *La Dolce Vita* (1960) und *8 ½* (1962)⁶⁶⁰ und der extreme Schwarzweißkontrast, der in Fellinis und Bergmans Filmen dominierte. Was in einigen Arbeiten in den Blickpunkt gerückte wurde auch die schrägen Blickwinkel au Elia Kazans in *East of Eden* (1955), und die Außenaufnahmen Bergmans und

⁶⁵⁷ Vgl. MacCabe, 186

⁶⁵⁸ Vgl. Harrison, 186

⁶⁵⁹ Vgl. ebda.

⁶⁶⁰ Vgl. Harrison, 88

seines Kamermann Gunnar Fischer - wie die dramatisch überbelichteten Gesichter von Filmen wie *Det Sjunde Inseglet* (Das Siebte Siegel, 1957)⁶⁶¹ (vgl. Abb.24 bis 26).



Abb.26. David Bailey, Marianne Faithfull, September 1964



Abb.27. Antonius Blok an der Küste. Still aus Ingmar Bergmans *Det Sjunde Inseglet* (1957).

Die Tiefenschärfe, die lichtintensive Ausleuchtung und die Akzentuierung auf Vorder- und Hintergrund verweisen aber offenbar genauso auf die Arbeit Sven Nykvists für Bergman in Filmen wie *Tystnaden* (Das Schweigen, 1963) hin. Methoden die nun bei Kazan und Bergman die Dramatik einzelner Szenen unterstreichen und steigern sollten, kamen in Porträts von Marianne Faithfull (im September 1965), Godard und Anna Karina (1964) zur Anwendung. Faithfulls Porträt spielt Bailey auch auf Landschaften in dramatischen Lichtsituationen in *Det Sjunde Inseglet* an, in denen man kleine Schemenhafte Figuren ausmachen kann wie den Ritter Antonius Blok, dessen Pendant sich bei Bailey als einsame Figur auf einer Parkbank wieder findet.

⁶⁶¹ Vgl. ebda., 112



Abb.28. Anna Karina und Jean-Luc Godard für das auf besonders junge Leser abzielende Glamour Magazin, 1965. Abb.29. Still aus Ingmar Bergmans *Det Sjunde Inseget* (1957).

Eine andere Serie mit Jean Shrimpton für *Vogue* nahm Bailey direkt auf die zeremonieähnlichen Szenen aus *La Dolce Vita* und *8 ½* Bezug⁶⁶², und bei der Arbeit an Porträts legendärer Regisseure konnte er seinem Idol persönlich begegnen. Im August 1965 fand sich Bailey auch bei den Dreharbeiten von Polanskis (von dem Werk zeitgenössischer Dramatiker wie Beckett und Pinter inspirierten⁶⁶³) Film *Cul-de-sac* ein. Es entstanden Porträts der Hauptdarstellern (Deneuve's Schwester Francoise Dorleac, Donald Pleasance und von Polanski), die in ihrer Komposition die Wideshots in *Cul-de-sac* von trostlosen Landschaften des Drehortes Holy Island evozierten – Baileys bemerkenswert filmischen Portrait Polanskis erschien im Dezember in der Zeitschrift *Vogue*.⁶⁶⁴



Abb.30. David Bailey, Roman Polanski, Holy Island, *Vogue*, Dezember 1965

⁶⁶² Vgl. Harrison, S. 88

⁶⁶³ Vgl. F.X. Feeney/ Paul Duncan, Roman Polanski, Köln 2005, 55

⁶⁶⁴ Vgl. Harrison, 186

Bailey entwickelte nun konkrete Pläne zu zwei Filmen; das letztere Projekt, eine Verfilmung von Anthony Burgess' Romans „A Clockwork Orange“⁶⁶⁵, eine Parabel zu Jugendbanden in der nahen Zukunft und politischer Verantwortung angesichts sozialer Probleme. Der Film wäre aufgrund Baileys Erfahrungen mit der „gang culture“, und seiner Porträts der „Kray Brothers“ nahe liegend gewesen; Bailey schwebte als Protagonist Alex niemand anderer als Warhol vor.⁶⁶⁶ Aufgrund von Zensurproblemen wurde das Projekt allerdings fallengelassen⁶⁶⁷ (Anfang der 70er Jahre sollte sich Kubrick einer Filmfassung widmen). Das erste Projekt „The Assassination of Mick Jagger“ mit Jagger in der Hauptrolle, wurde schließlich als *GG Passion* 1966 ohne Jagger von Bailey realisiert: der Film handelte von einem Rockstar der von seinen weiblichen Fans gejagt und letztlich getötet wird; das Drehbuch verfasste Bailey mit Hilfe von Polanskis Mitarbeiter Gerard Brach; Polanski selbst übernahm die Finanzierung.⁶⁶⁸ Als andere Möglichkeit filmischer Arbeit tat sich mit der Arbeit an Werbefilmen, *commercials*, auf, doch Bailey erwies sich auch hier als *enfant terrible*: Die Ausstrahlung seines ersten Werbefilms für Cadbury Schokoladen im selben Jahr wurde verhindert: „It was Sue Murray [neben Jean Shrimpton Baileys wichtigstes Model jener Zeit] putting a chocolate into her mouth, and they said it was pornographic. They obviously had dirty minds.“⁶⁶⁹ Dies behinderte jedoch keineswegs Baileys Karriere in diesem Feld - er erarbeitete seitdem nach eigener Schätzung an die fünfhundert Werbefilme.⁶⁷⁰

2.16 Verdoppelungen/ Simulakren: ein Phänomen der Warenökonomie

Bailey äußerte sich ablehnend zu der Entwicklung in der zweiten Hälfte der 60er Jahre, die parallel zu seiner Hinwendung zur filmischen Arbeit abliefen, zu dem als zentraler Moment die Kreation eines Begriffs „Swinging London“ durch das Time Magazine.⁶⁷¹ Bailey stellt fest, dass er die 60er Jahre ab diesem Zeitpunkt als nicht viel mehr als eine Kreation der Medien versteht - „after 66 it was just media hype“.⁶⁷² Wie Harvey bemerkt, war hier besonders Carnaby Street eine Pioniertat, die zeigt wie aus Innovationen von unterdrückten Gruppen, die den Versuch unternahmen ihre eigene Identität zu kreieren (in Bezug auf „street

⁶⁶⁵ Vgl. ebda.

⁶⁶⁶ Vgl. Bailey im Gespräch mit Karl-Peter Gottschalk

⁶⁶⁷ Vgl. Harrison, 186

⁶⁶⁸ Vgl. ebda, 186 und 188

⁶⁶⁹ Gandee

⁶⁷⁰ Vgl. Bailey im Gespräch mit Wroe

⁶⁷¹ Vgl. Harrison, 185. Dies ist eine auffallende Parallele zu der Genese des Begriffs *Nouvelle Vague*, das das Wochenmagazin L'Express, das nach dem Vorbild von Time gestaltet worden war, ins Leben gerufen hatte.

⁶⁷² Wroe, The King of prints

culture, musical styles, fads and fashions made up for themselves“), Kapital zu schlagen war⁶⁷³ und rebellische Momente in die Warenkultur assimiliert werden konnten. Schließlich konnte auch Bailey – der zunächst dem Stil dieser Jugendkulturen mit seinen Fotos Breitenwirkung verschafft hatte - mit dieser kommerziellen Version der Mode Londons, die nun mit der Londoner Carnaby Street international in den Blickpunkt geriet wenig anfangen...

I never liked what happened to clothes in the '60s. (...) I definitely did not like Carnaby Street. I thought it was all a bit silly. (...) When you had Sammy Davis come to London, you knew the '60s was [sic] over. It became a theme-park. It wasn't real. It was all about money and manufacturing, and selling the American flag and the Union Jack as pop art symbols. There was no substance, really.⁶⁷⁴

Bailey ließ die Kritik direkt in seine Fotoarbeiten an die Oberfläche treten, wie in einer „funktionalen Illustration“ des „Pop paper poster dress“ das 1967 entstanden war, und das Bailey kommentierte: „It does sum up the whole superficial Sixties thing“.⁶⁷⁵ Das Kleid bestand aus nichts Anderem als dem tiefenlosen *media image* Bob Dylans, dessen ikonische „Maskierung“ mit Sonnenbrille von dem Model imitiert wurde. Gerade im 1966 nahm er nach einer rasenden Verselbständigung des von ihm kreierten „Maske“ einen Motorradunfall zum Vorwand, um vor seinem eigenen Medienimage zu flüchten und vor der Öffentlichkeit (dem Massenpublikum) zurückzuziehen, wie es schon der Rockstar in Baileys Kurzfilm *GG Passion* im selben Jahr erfolglos versucht hatte: „Truth was that I wanted to get out of the rat race“, wie Dylan dazu bemerkt.⁶⁷⁶ In der Arbeit Baileys, die die Verselbständigung von Dylans Medienimage ironisch kommentierte, tritt - genauso wie im Porträt Oliver Reeds - wieder die Verdoppelung bzw. die *Wiederholung*, die repetitive Struktur zu Tage, die nach Baudrillard „die Warenproduktion des Verbraucherkapitalismus [charakterisiert]“⁶⁷⁷ - eine Struktur, die auch in Godards *A bout de souffle* mit der Protagonistin Jean Seberg in den Blickpunkt gerät.

⁶⁷³ Vgl. Harvey, 289

⁶⁷⁴ Gandee

⁶⁷⁵ David Bailey zitiert in: Harrison, 185

⁶⁷⁶ Bob Dylan, *Chronicles. Volume One*, New York/ London/ Toronto/ Sydney 2004, 114

⁶⁷⁷ Fredric Jameson, *Verdinglichung und Utopie in der Massenkultur*, in: Ludwig Nagl (Hrsg.), *Filmästhetik*, Wien 1999, S.114

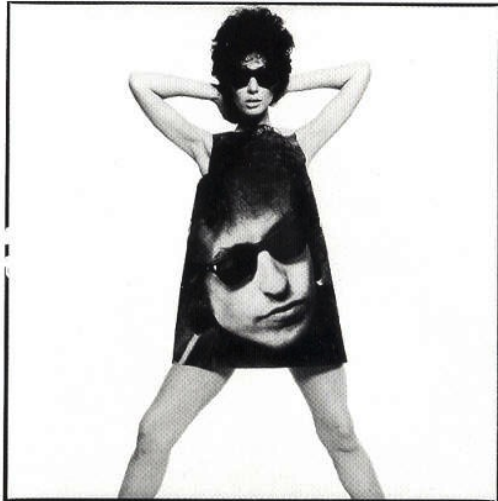


Abb.31. David Bailey, „Pop paper poster dress“, Juli 1967.

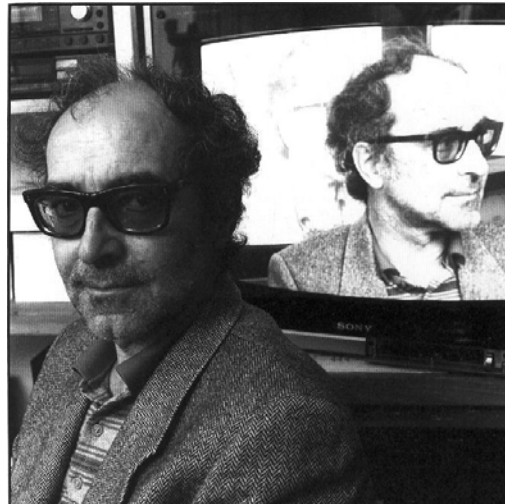


Abb.32. Ders., Jean-Luc Godard. (1980er Jahre).



Abb.33 und 34. Stills aus *A bout de souffle* (1959).- Jean Seberg mit einem „Pin-Up“ ihres Porträts, und Jean-Paul Belmondo betrachtet ein Pin-Up seines Idols Bogart.

In *A bout de souffle* tritt die Verdoppelung oder das Moment der Wiederholung zu Tage; Seberg posiert neben einem eigenen „Pin-Up“ und wird so – auf Zelluloid gebannt - zu ihrem eigenen Simulacrum (anders als sie versucht ihr Co-Darsteller Jean-Paul Belmondo sein eigenes Image noch zu kreieren und nach jenem Bogarts zu modellieren, dessen „Pin-Up“ er in dem Schaufenster eines Kinos betrachtet). In einem späteren Porträt Godards fokkusierte Bailey (in einer Art Hommage an das Werk seines Idols) auf diesen Moment der Verdoppelung; das Reproduktionsmedium ist hier allerdings nicht mehr Fotodruck, sondern das Medium Video. Diese Spaltung lässt den Betrachter erkennen, dass sich zu dem Original mit Hilfe eines Reproduktionsmediums eine Kopie beigefügt wurde, die dann als Bild ihrerseits das erste Bild als Original in Frage stellt; „das Duplikat [zerstört so nun] die Einzigartigkeit des Primären“, wie Rosalind Krauss schon zu surrealistischen Fotoarbeiten

von Baileys Vorbildern Man Ray und Bill Brandt bemerkt hat.⁶⁷⁸ Die Entdeckung Sebergs war nicht zuletzt das Ergebnis eines äußerst langen Medienspektakels gewesen – die Suche des Regisseurs Otto Preminger nach dem Star seines Films *Jean d'Arc*. Seberg war so eine der seltenen Fälle, dass ein Filmstar Berühmtheit und ein fertig geformtes „Image“ vor dem tatsächlichen Auftritt in einem Film erlangt hatte.⁶⁷⁹

Wie in Baileys Fotoarbeiten erfolgte die Reflexion dieser Phänomene auch im Film, nicht zuletzt stehen auch in Robbe-Grillet's und Resnais' Film *L'Année dernière à Marienbad* (1962) Simulakren, die repetitive Struktur „belebte[r], lebende[r] Bilder“⁶⁸⁰ im Mittelpunkt.



Abb.35. Still aus *L'Année dernière à Marienbad* (Alain Resnais, 1962): fotografische Simulakren

Die Reflexion der Phänomene der Massen- bzw. Reproduktionsmedien blieb in Folge aber nicht nur auf diese Medien selbst beschränkt; auch in der Literatur setzte sie um 1960 ein. So werden in der Prosa Pierre Klossowskis Figuren ins Licht gerückt, die sich immer wieder von neuem als Kopien eines Originals erweisen, das sich aber selbst schließlich wieder als Kopie erweist. Sie erinnern an die immer perfekter gestalteten Reproduktionen der Massenmedien, deren als Ausgangsbasis bedeutungslos oder inexistent geworden ist. Sie sind Trugbilder „die sich auf der Stelle“ drehen, wie Foucault zu Klossowskis Figuren bemerkte.⁶⁸¹ Klossowski zeichnete sich nicht zuletzt 1936 für die französische Übersetzung von Benjamins im selben Jahr entstandenen Text „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ verantwortlich, in dem Benjamin „den radikalen Umbruch der künstlerischen Produktions- und Rezeptionsweisen“ und den Verlust der „Aura“ des Kunstwerks analysiert.⁶⁸² Der Leser findet sich nun auch gerade in Klossowskis zeitgleich mit Baileys Fotoarbeiten publizierten Romantryptichon „Les Lois de Hospitalité“ (1965) in einem Universum wieder, „in dem das Bild nicht mehr zweitrangig gegenüber dem Modell ist (...),

⁶⁷⁸ Krauss, Die fotografischen Bedingungen des Surrealismus, in: Krauss und Wolf (Hrsg.), 154

⁶⁷⁹ Vgl. MacCabe, 111

⁶⁸⁰ Vgl. Peter W. Jansen, Kommentierte Filmographie, in: Jansen/Schütte, Alain Resnais, 116

⁶⁸¹ Vgl. Michel Foucault, die Prosa Aktäions, in: Klossowski u.a., Sprachen des Körpers, S.32

⁶⁸² Vgl. Bernd Witte, Walter Benjamin, Reinbeck bei Hamburg 1985, 109ff.

wo im Aufblitzen von Spiegelung und Widerspiegelung das Fehlen eines Ursprungs belanglos wird“ (Blanchot).⁶⁸³ Diese zum Original werdenden Imitationen sind in unserer Welt nun allgegenwärtig, stellen ein weiteres Phänomen der Reproduktionsmedien dar, wie Rosalind Krauss feststellte: „Der von der materiellen Grundlage der Fotografie hervorgerufene strukturelle Wandel besteht darin, dass es sich dabei um ein Medium handelt, das direkt Kopien hervorbringt, ein Medium also, in dem die Vervielfältigungen ohne Original existieren“.⁶⁸⁴ Zentral sind hier die Verdoppelung und schließlich der von Baudrillard formulierte „Begriff der *Wiederholung*“, die repetitive Struktur der Simulakren.⁶⁸⁵ Diese Simulakren, Bilder ohne Original, die von dem Reproduktionsmedium Fotografie produziert werden, wecken in uns das Bedürfnis, „den Gegenstand durch etwas zu ersetzen, das besser ist als eine annähernde Kopie: den Gegenstand selbst (...). Das Bild mag verschwommen sein, verzerrt, farblos, ohne dokumentarischen Wert, es gründet durch die Art seiner Entstehung im Dasein des Modells“; es *ist* das Modell“, wie der Filmkritiker und –theoretiker André Bazin auf den Punkt brachte.⁶⁸⁶ Die allgegenwärtigen Massenmedien der Konsumkultur des Spätkapitalismus, deren Phänomene – die Simulakren – „unserer Objektwelt eine Unwirklichkeit und einen ‚Schwebezustand‘ ohne ‚Referenten‘ [verleihen]“⁶⁸⁷, der in Klossowskis Romantryptichon reflektiert wird, tauchen auch selber in Klossowskis Texten auf; Fotografien oder auch ein Fernsehapparat⁶⁸⁸, gehören nun zu den wenigen Objekten die sich „als „winzige Ruheplätze zwischen den Menschen“ befinden.“⁶⁸⁹ Im Spätkapitalismus ist „(...) ein Ding jeder beliebigen Art durch seine Verwandlung in eine Ware auf ein Mittel zu seiner eigenen Konsumtion reduziert worden“⁶⁹⁰, und nicht zuletzt verkörpert das Bild nach Guy Debord die „äußerste Form des verdinglichten Charakters der Ware in der gegenwärtigen Konsumgesellschaft“, wie Jameson bemerkt.⁶⁹¹ Die Inbesitznahme einer Reproduktion bedeutet nun die Inbesitznahme eines Dings selbst; Jameson verweist hier im Besonderen auf eine zentrale Szene von Godards *Les Carabiniers* (1962/1963), „in der die neuen Welteroberer ihre Beutestücke vorzeigen: Im Unterschied zu Alexander besitzen ‚Michel-Ange‘ und Ulysse‘ nur Abbilder von allem und zeigen triumphierend ihre Postkarten von Kolosseum, Pyramiden, Wall Street und Angkor Wat wie

⁶⁸³ Blanchot, in Klossowski u.a., *Sprachen des Körpers*, S. 80

⁶⁸⁴ Krauss, *das Schickalsministerium*, in: Wolf, 392

⁶⁸⁵ Vgl. Fredric Jameson, *Verdinglichung und Utopie in der Massenkultur*, in: Ludwig Nagl (Hrsg.), *Filmästhetik*, Wien 1999, S.114

⁶⁸⁶ André Bazin, *Ontologie des Photographischen Bildes*, In: André Bazin, Robert Fischer (Hrsg.), *Was ist Film?*, Berlin 2004, S.37

⁶⁸⁷ Jameson, *Verdinglichung und Utopie in der Massenkultur*, in: Nagl, *Filmästhetik*, S.115

⁶⁸⁸ Vgl. Pierre Klossowski, *Die Gesetze der Gastfreundschaft*, Berlin 2002, S. 309f.

⁶⁸⁹ Vgl. Michel Foucault, in: Klossowski u.a., *Sprachen des Körpers*, S.31

⁶⁹⁰ Jameson, *Verdinglichung und Utopie in der Massenkultur*, in: Nagl, *Filmästhetik*, S.106

⁶⁹¹ Ebda., S.107

pornographische Aufnahmen herum“.⁶⁹² Nach Debord verwandelt sich so „die wirkliche Welt in bloße Bilder (...), werden die bloßen Bilder zu wirklichen Wesen und zu den wirkenden Motivierungen eines hypnotischen Verhaltens“.⁶⁹³ In Baileys Fotoarbeit zur *Paper poster dress* tritt wie in Warhols Arbeiten mit den Medienbildern zu Tage, dass die Stars wie Marilyn Monroe und Bob Dylan sich in ihre eigenen *media images*, in Simulakren transformiert haben, Bilder die unendlich reproduzierbar und allgegenwärtig geworden sind. Sie sind so mit Hilfe der Massenmedien in Bilder und somit in Produkte, in Waren verwandelt worden: „(...) [they] are themselves commodified and transformed into their own images“ wie Jameson zu Warhols Arbeiten bemerkt.⁶⁹⁴

2.17. 1966: *Blowup*

2.17.1 *Antonioni und Bailey*

Auch Baileys eigenes Medienimage (bzw. Simulacrum) war nun sogar so weit verbreitet, dass es begann das Interesse von Filmproduzenten zu wecken. Niemand anderer als der Produzent Carlo Ponti, der sich unter anderem als Produzent von Filmarbeiten Godards (*Une femme et une femme* [1961], *Les Carabiniers* [1963] und nicht zuletzt des Versuchs ein breiteres Publikum anzusprechen – *Le Mépris* [1963]⁶⁹⁵) verantwortlich zeigte, traf mit einem Kollegen 1965 mit Bailey zusammen: „[Two] italian producers came up to see me at the Vogue Studios and said, ‘Would you like to make a film?’ I think I’d just started making commercials and I thought they wanted me to direct the film. So I said, ‘Sure.’ You know, I was arrogant: If they’d asked me to remake *Citizen Kane*, I’d have said, ‘Why not?’“⁶⁹⁶ Es war es letztlich weniger Baileys visuelle Begabung als dessen *image*, das im Besonderen durch seine Stil geformt wurde, welches das Interesse der Produzenten (wie Vreeland und Warhol kurz zuvor in New York City) geweckt hatte: „Anyway, during the conversation - with their bad English and my no Italian – they started talking about the way I dress. I thought ‘Just a minute, what’s the way I dress got to do with making a movie?’ But they were asking me if I’d be in the movie. Of course I said, ‘No’“, wie sich Bailey erinnert.⁶⁹⁷

⁶⁹² Ebda.

⁶⁹³ Guy Debord, *Die Gesellschaft des Spektakels*, Berlin 1996, S.19

⁶⁹⁴ Jameson, *Postmodernism*, 11

⁶⁹⁵ Vgl. MacCabe, 149

⁶⁹⁶ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁶⁹⁷ Ebda.

Der Film war ein Projekt von niemand anderen als Michelangelo Antonioni mit dem zukünftigen Titel *Blowup*. Nicht zuletzt fokkusierte auch Antonionis Arbeit vor *Blowup*, eine Art Vorstudie zu dem Film mit dem Titel *Il provino* (Screen Test/ Die Probeaufnahme, 1965), eine in einem Studio angesiedelte Semidokumentation „about how it must feel for a social celebrity to become a movie star“, wie Seymour Chatman die Thematik auf den Punkt bringt.⁶⁹⁸ Dies ist eine auffallende Parallele zu der Situation, die Ponti für Bailey angedacht und ihm in einem Studio unterbreitet hatte. Der Plan Bailey als Hauptdarsteller zu engagieren wurde auch fallengelassen, da Antonioni nach Baileys Aussage ihm gegenüber äußerst reserviert war. So kam es auch zu keiner Begegnung zwischen Antonioni und Bailey, wofür Bailey auch eine Erklärung hat: „(...) he thought I was trying to shag Monica Vitti [Antonionis Lebensgefährtin und Darstellerin]. It wasn't me, it was Terence Stamp.“⁶⁹⁹ Bailey hatte im Übrigen im selben Jahr ein Porträt von Vitti gestaltet, das in der *Vogue* im Oktober 1965 publiziert wurde.⁷⁰⁰ Als Ersatz für Bailey entschied man sich für den mit Bailey befreundeten Stamp, der jedoch zwei Monate vor Drehbeginn David Hemmings Platz machen musste.⁷⁰¹

Um die Handlung des Films hier kurz zu skizzieren: Hemmings spielte in *Blow-Up* einen äußerst erfolgreichen und arroganten Modefotografen, einem „einem professionellen Bildermacher“⁷⁰², der sich auch der Reportagefotografie widmet. Nach zwei Fotositzungen mit Modellen (einer ersten mit dem blasierten Model - verkörpert von Verushka von Lehndorff -, und einer zweiten mit einer Gruppe von Modellen) macht er sich auf, die Stadt mit seiner Kamera zu erkunden und einen Antiquitätenladen zu erwerben, in dem er zunächst nur einen Propeller kauft. In einem nahe gelegenen Park macht er Fotos von einem scheinbar glücklichen Paar, nur um nach einer Unterredung mit seinem Agenten (in der er ihm die täuschend idyllischen Fotos des Paares als glückliches Ende seines Buchprojektes unterbreitet) bei der Filmentwicklung in seinem Studio zu entdecken, dass er einem Mord an dem älteren Liebhaber der jungen Frau beigewohnt hatte. Er versucht nun die Fotos, die er als Pin-Ups in seinem Studio aufhängt, in ein Narrativ aneinander zu fügen, in dem er Ausschnitte vergrößert. Er glaubt in dem groben Korn eine Leiche und den Attentäter zu erkennen, verliert aber in weiteren Vergrößerungsschritten den roten Faden und sieht sich

⁶⁹⁸ Seymour Chatman, *Antonioni, or the Surface of the World*. Berkeley, Los Angeles, London, 1985, 131

⁶⁹⁹ Jeff Dawson, *So this fat little bloke from the East End is directing a film. Who does he think he is?*, in: *The Guardian*, February 26, 1999, http://www.guardian.co.uk/friday_review/story/0,3605,313353,00.html

⁷⁰⁰ Vgl. Harrison, 141

⁷⁰¹ Vgl. Bailey im Gespräch mit Gandee

⁷⁰² Claudia Lenssen, *Kommentierte Filmographie*, in: Peter W. Jansen, Wolfram Schütte (Hrsg.), *Michelangelo Antonioni*, München/ Wien, 1984, S.171

dem Nichts des groben Kornes eines letzten „Blow-Ups“ gegenüber, das nun den abstrakten Bildern eines Malerfreundes ähnelt.

2.17.2 Farben: Die Phänomene der Warenkultur im Werk Antonionis

Antonioni wandte seinen Blick seit seinem ersten Spielfilm in Farbe *Il deserto rosso* (1964), zunehmend der Medien- und Konsumkultur zu, was sich auch darin zeigte, dass er statt wie zuvor Schwarzweiß nun in Farbe drehte. Eine frühe Reflexion dieser Farbexplosion und des Aufeinanderprallens der alten mit den aus den USA importierten „Alltagswelten“ hatte im Film allerdings auch schon mit Yasuhiro Ozus Arbeiten nach dem Zweiten Weltkrieg stattgefunden. In Ozus Filmen prallt die „amerikanische Normalität auf die japanische“, findet „ein Zusammenstoß zweier Alltagswelten [statt], der sogar in die Farben dringt, wenn das Coca-Cola-Rot oder das Plastik-Gelb abrupt in die Serie der verwaschenen, schwach akzentuierten Farbtöne des japanischen Lebens eindringt“, wie Gilles Deleuze bemerkt.⁷⁰³ Angesichts der Werbung, der Medienkultur mit ihrer schon kreischenden Farbexplosion („Produkte, Kleidung, Auslagen, Plakate, Bücher, „Getränke und Ice-creams, Filme und Fernsehen, alles ist in Technicolor“, worauf auch Flusser hingewiesen hat⁷⁰⁴), setzt auch Antonioni Farben zwecks der Signalwirkung ein: „Widersprüche und Gegensätze, die in älteren Schwarzweißfilmen nur durch Linien und Körper ausgedrückt wurden, konnten so nun durch Farbwahl hervorgehoben werden“ (Chatman).⁷⁰⁵ Antonioni wies 1964 in einem Gespräch mit Jean-Luc Godard darauf hin, dass er besonders ab *Il deserto rosso* diese neue Massenkultur und ihre Produkte, ihre Farben und Formen, denen man in den 60er Jahren kaum mehr entgehen konnte, ins Bild setzte: „Diese Produkte sind überall, sie dringen in unsere Häuser ein, hergestellt aus Plastik oder anderen vor noch kaum ein paar Jahren unbekannten Materialien, sie haben lebhaftere Farben, sie finden uns, wo wir auch sind. Mit Hilfe einer Reklame, die mehr und mehr unsere Psychologie bestimmt unserem Unterbewusstsein Rechnung trägt, verfolgen sie uns“, so Antonioni.⁷⁰⁶ Nach Roland Barthes weisen die „formalen Neuerungen wie die Erzählweise und die Verwendung der Farbe“ in Antonionis Werk und damit seine „Sorge um die Epoche“ ihn allerdings nicht als einen

⁷⁰³ Gilles Deleuze, *Das Zeit-Bild*. Kino 2, Frankfurt am Main 1997, S.28f.

⁷⁰⁴ Ebda.

⁷⁰⁵ Seymour Chatman, Paul Duncan (Hrsg.), *Michelangelo Antonioni. Die Untersuchung*, Köln 2004, 91

⁷⁰⁶ Michelangelo Antonioni im Gespräch mit Jean-Luc Godard, *Die heutige Krise*. J.L. Godard fragt M. Antonioni, *Cahiers du Cinéma*, Nr.160, November 1964, wieder abgedruckt in: Peter W. Jansen, Wolfram Schütte (Hrsg.), *Michelangelo Antonioni*, München/ Wien, 1984, 59

Historiker, Politiker oder Moralisten aus, sondern als einen „Utopisten, der an bestimmten Punkten die neue Welt zu erkennen sucht, weil er Lust hat auf diese Welt und an ihr teilhaben möchte.“⁷⁰⁷

Gleich den neuen Drucktechniken und von ihr beeinflussten Arbeiten der Pop Art aus jener Zeit (wie es Jameson besonders im Werk Warhols beobachtet hat), macht sich ab diesem Zeitpunkt auch in Antonionis Film eine *flatness*, Tiefenlosig- bzw. Flachheit bemerkbar, die einen hohen Abstraktionsgrad aufweist.⁷⁰⁸ So fasziniert sich Antonioni schon seit seinem frühen Film *Cronaca di un amore* (1950) für Werbeflächen⁷⁰⁹ die dann auch in *Blow-Up*, *Zabriskie Point* (1969) und *Passenger* (1974) in den Blickpunkt gerückt werden sollten. Nicht zuletzt war es auch Antonionis Intention den Betrachter mit Farben zu programmieren⁷¹⁰, wie dies auch schon unter dem Eindruck der Farbexplosion der Konsumkultur von Godard und der Pop Art - beginnend mit Hamiltons *Tabular Pictures* und Rauschenbergs *Combine Paintings* - intendiert wurde. Antonioni bejahte in einem Gespräch mit niemand anderem als Godard dessen Frage, ob „die Selbsterkenntnis dieser neuen Welt Rückwirkungen auf die Ästhetik, auf die Konzeption des Künstlers hat“⁷¹¹ (etwas, das schon die *Independent Group* mit ihrem „Neu-Lernen“ untersucht hatte). Er wies hier im Besonderen auf die Pop-Art hin, die in ihrer Arbeit die kulturellen Umwälzungen reflektierte: „Das ändert die Art zu sehen, zu denken: alles ändert sich. Die Pop-Art zeigt, dass man etwas anderes sucht“.⁷¹² Antonioni reflektierte in seiner Arbeit die Verwendung von Farben in Massenmedien wie Zeitschriften und legte ein großes Augenmerk auf Farben - so sind die Farben in Antonionis *Blowup* „as carefully [chosen] as for a page in Vogue“.⁷¹³

2.17.3 Das Individuum in der Warenökonomie

Blow-Up war der erste Film eines Vertrages über drei Filme mit MGM, der eine weite Verbreitung über Massenverleih versprach; der Film wurde nun tatsächlich auch – zur großen

⁷⁰⁷ Roland Barthes, Weisheit des Künstlers, *Cahiers du Cinéma*, Nr.311, Mai 1980, in: Jansen, Schütte (Hrsg.), Michelangelo Antonioni, München/ Wien, 1984, S.66

⁷⁰⁸ Vgl. Chatman, Antonioni, or the Surface of the World, 132

⁷⁰⁹ Vgl. Chatman, Michelangelo Antonioni. Die Untersuchung, 34

⁷¹⁰ Vgl. ebda., 91

⁷¹¹ Antonioni im Gespräch mit Godard, Die heutige Krise. J.L. Godard fragt M. Antonioni, in: Jansen, Schütte, Michelangelo Antonioni, 64

⁷¹² Ebda.

⁷¹³ Chatman, Antonioni, Or the Surface of the World, 157. Antonionis Interesse für exakte Farbabstimmungen wird auch von seinen Mitarbeitern bei den Dreharbeiten von *Blow-Up* beobachtet, wie beispielsweise von dem Schauspieler Peter Bowles, vgl. Peter Bowles, „Trust me. I am not God, but I am Antonioni“, in *The Guardian*, 24. Juni 2005, <http://film.guardian.co.uk/features/featurepages/0,4120,1513931,00.html>

Überraschung des Managements von MGM - ein grosser kommerzieller und kritischer Erfolg; der zugängliche, aber zugleich komplex gestaltete Film erreichte weite Publikumsschichten, die mit Antonionis Arbeiten zuvor nicht in Berührung gekommen waren.⁷¹⁴ Das lag nicht zuletzt daran, dass Antonioni nun nach einigen Filmen seinen Blick von der italienischen Bourgeoisie abkehrte und auf die britische pop- und youth culture lenkte, deren Lebensart ihn faszinierte.⁷¹⁵ Schon in *Il dessert rosso* hatte sich Antonioni für das von der Bilderflut und Technologie bedrängte Individuum, die „großstädtische Individualität“ interessiert, das versucht, mit der den Blick und den Sinn verwirrenden Umwelt klar zu kommen, und auf das Georg Simmel schon Beginn des 20. Jahrhunderts beschrieben hat...

Die psychologische Grundlage, auf der der Typus großstädtischer Individualitäten sich erhebt, ist die Steigerung des Nervenlebens, die aus dem raschen und ununterbrochenen Wechsel äußerer und innerer Eindrücke hervorgeht. Der Mensch ist ein Unterschiedswesen, d.h. sein Bewusstsein wird durch den Unterschied des augenblicklichen Eindrucks gegen den vorhergehenden angeregt; beharrende Eindrücke, Geringfügigkeit der Differenzen, gewohnte Regelmäßigkeit ihres Ablaufs und ihrer Gegensätze verbrauchen sozusagen weniger Bewusstsein, als die rasche Zusammendrängung wechselnder Bilder, der schroffe Abstand innerhalb dessen, was man mit einem Blick umfasst, die Unerwartetheit sich aufdrängender Impressionen.⁷¹⁶

Antonioni lehnt nach einer eigener Aussage diese neue Welt und ihre Phänomene nicht ab: „Meine Absicht war im Gegenteil (...), die Schönheit dieser Welt auszudrücken“, wie er bekannte.⁷¹⁷ Die Problematik der Existenz in diesem neuen Raum geht nach Antonioni nicht von dieser neuen Welt, sondern mehr von dem Individuum aus (in *Il dessert rosso* die Figur der Giuliana verkörpert von Monica Vitti), dem es nicht gelingen will sich an die neue Umwelt anzupassen: „Es gibt Leute, die sich anpassen, und andere, die es noch nicht getan haben, da sie noch zu sehr mit Strukturen oder Lebensrhythmen verbunden sind, die jetzt überholt sind.“⁷¹⁸ In *Blow-Up* sieht es nun so aus, als ob Antonionis Figuren diese Anpassung gelingen würde; wie Chatman bemerkt, ist so beispielsweise die Ablenkung, die in Antonionis Arbeiten oft präsent ist, für diese angepassten Figuren ein Teil ihres „way of life“

⁷¹⁴ Vgl. Chatman. Antonioni, Or the Surface of the World, 138

⁷¹⁵ Vgl. Chatman, Michelangelo Antonioni. Die Untersuchung, 111

⁷¹⁶ Georg Simmel, Das Individuum und die Freiheit. Essays, Frankfurt am Main 1993, 192f.

⁷¹⁷ Antonioni im Gespräch mit Godard, Die heutige Krise. J.L. Godard fragt M. Antonioni, in: Jansen, Schütte (Hrsg.), Michelangelo Antonioni, München/ Wien, 1984, S.57

⁷¹⁸ Ebda., S.58

geworden.⁷¹⁹ Diese Ablenkung wird offenbar auch von den alltäglichen, sprunghaften Sinneswahrnehmungen hervorgerufen, die sich weniger in gewohnten Narrativen als in immer neu wechselnden Konfigurationen darbieten, wie sie nicht zuletzt von Simmel beobachtet und in Paolozzis Ausstellung *Parallel of Life and Art* und Baileys „Sunday Times“-Cover evoziert wurden. Was die Figuren in *Blow-Up*, besonders den Protagonisten des Fotografen, seinen Agenten und das Model Verushka nun auch verbindet, ist eine auffallende Blasiertheit, die wie die Ablenkung Teil des Lebens und Verhaltens geworden ist. „Das Wesen der Blasiertheit ist die Abstumpfung gegen die Unterschiede der Dinge, nicht in dem Sinne, dass sie nicht wahrgenommen würden, (...), sondern so, dass sie die Bedeutung und der Wert der Unterschiede der Dinge und damit der Dinge selbst als nichtig empfunden wird. Sie erscheinen dem Blasierten in einer gleichmässig matten und grauen Tönung, keines wert, dem anderen vorgezogen zu werden“, wie es Simmel auf den Punkt brachte.⁷²⁰ Mit der Blasiertheit verlangt nun die „(...) Selbsterhaltung gegenüber der Großstadt ein nicht weniger negatives Verhalten sozialer Natur ab“, so Simmel⁷²¹, und so ist auch ganz nach dem Diktum Simmels auch die soziale Interaktion in *Blow-Up*, die in früheren Filmen Antonionis zumindest noch oberflächlich beibehalten werden konnte, unmöglich geworden.⁷²² Antonioni fokkusierte in *Blow-Up* auf diese Reflexionen der Veränderungen der Alltagswelt in dem Individuum, Veränderungen auf die er schon 1964 im Gespräch mit Godard hingewiesen hatte und die seiner Ansicht nach in der (damals) nahen Zukunft in eine weitere Phase treten würden: „Ich glaube, dass es in den kommenden Jahren sehr heftige Umwälzungen geben wird, in der Welt wie im Innern des Individuums.“⁷²³

2.17.4 Die Bildermacher des Koninuums: Inspirationen für die Figur des Fotografen

Diese äußeren und innere „Umwälzungen“, die sich so in der „Kälte und Gemütslosigkeit“ des neuen, an die urbane Umgebung angepassten Individuums zeigten, wie es in diesem Film dargestellt wurde, war ein Punkt der dazu beitrug, dass Bailey (der nicht zuletzt sofort mit dem blasierten Mod-Fotografen identifiziert wurde⁷²⁴) Antonionis Arbeit nur wenig zusagte und diese sogar schädlich für sein „image“ ansah: „(...) *Blow-Up* wasn't a good moment

⁷¹⁹ Vgl. Chatman. Antonioni, *Or the Surface of the World*, 140

⁷²⁰ Simmel, 196

⁷²¹ Simmel, 197

⁷²² Vgl. Chatman. Antonioni, *Or the Surface of the World*, 140

⁷²³ Godard, *Die heutige Krise*. J.L. Godard fragt M. Antonioni, in: Jansen, Schütte, Michelangelo Antonioni, 62

⁷²⁴ Vgl. Harrison, 188

form me. It lost me work because people thought, ‘We don’t work with somebody who’s arrogant like the person in Blow-Up.’”⁷²⁵ Wie weit Blow-Up von Baileys Situation im Jahr 1966 entfernt war, wird auch daran ersichtlich, dass er den Film mit Catherine Deneuve in einem Kino in New York City sah („opposite Bloomingdale’s“, wie er sich erinnert).⁷²⁶ Allerdings musste Bailey genauso Details in dem Film entdecken, die überraschend exakt tatsächlichen Fakten entsprachen, so zum Beispiel die Episode des Kauf des Propellers⁷²⁷ und der Rolls Royce, wie ihn Bailey besaß. Erst später erfuhr er, dass Antonionis Film in einigen Aspekten auf einem Text des Journalisten Francis Wyndham basierte, der seinerseits seinen Ursprung in einem Artikel hatte, der im *Sunday Times Colour Magazine* publiziert worden war – nicht zuletzt hatte Wyndham in diesem Magazin schon 1964 eine Komödie angekündigt, die von einem „glossy magazine, an upper-class girl and a photographer“ handeln sollte, ein Projekt, das nie verwirklicht wurde.⁷²⁸

Auch wenn viele Details auf Bailey verweisen, war Baileys *image* war nicht die einzige Quelle, die in Blowup erkennbar wurde, vielmehr war er so etwas wie ein verbindendes Element, das verschiedenste Ansätze mehrere Fotografen bündelte; Antonioni lag es auch daran die „picture-maker“ Londons, und damit das Fine Art-Popular Art Continuum der britischen *pop culture* in all ihren Facetten zu porträtieren. So lieferte der für seine Reportagen (besonders zu Vietnam und Biafra) berühmt gewordene Don McCullin, dessen Fotos wie jene Baileys in der Farbbeilage der Sunday Times publiziert wurden, die Parkfotos und auch jene Arbeiten, die in dem Buchprojekt des Fotografen erscheinen. Wie der Fotograf im Film bewegte sich McCullin in den zwei Bereiche der Reportagefotografie und in der Bildproduktion der Popkultur; zentral in seiner Arbeit der 60er Jahre sind auch Porträts der Beatles.⁷²⁹ Darüber hinaus traten auch die Modefotos John Cowans in den Blickpunkt, in dessen Studio auch einige Szenen entstanden, und nicht zuletzt orientierte sich Hemmings in seiner Darstellung auch an prominente Kollegen Baileys wie David Hamilton und Brian Duffy.⁷³⁰ Vielleicht nicht zufällig hatte Bailey auch seinen engen Freund Duffy in einem Park porträtiert, der sehr jenem aus Blow-Up ähnelt.⁷³¹

⁷²⁵ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁷²⁶ Ebda.

⁷²⁷ Vgl. Bailey im Gespräch mit Dawson

⁷²⁸ Vgl. Harrison, 188

⁷²⁹ Vgl. Mellor, 85f.

⁷³⁰ Vgl. Chatman, Michelangelo Antonioni. Die Untersuchung, 107

⁷³¹ Vgl. Harrison, 17

2.17.5 „A messy configuration“: Die Stadt in *Blow-Up*

Ein weiterer Punkt der in *Blow-Up* in den Blickpunkt gerückt wurde, war das von Bailey oft in Fotos dokumentierte Londoner East End, das der modernistischen Stadtplanung weichen musste. Wie Bailey bemerkt hat London für ihn noch immer nichts von seiner Faszination verloren, bietet diese Stadt – wie für den Protagonisten von Antonionis *Blow-Up* - immer neue Entdeckungen: „You never come to the end of London -- I still go down streets and roads and avenues that I've never been down before, which is fantastic. I've probably been down every street in New York but in London you're always finding things. If you're curious, London's an amazing place.“⁷³² Gleich dem Protagonisten in Antonionis Film erschloss Bailey ab 1962 das East End mit seiner Kamera; dieses Projekt sollte das urbane *environment* des East End und seiner Bewohner dokumentieren. Das Ergebnis wurde schließlich in Serien publiziert, so beispielsweise jene von 1968 mit dem Titel „East End Faces“ für das *Sunday Times Magazine*, eine Serie zu der nicht zufällig Francis Wyndham einen Text beisteuerte.⁷³³ Baileys Projekt hatte einen Vorläufer in den Serien des Independent Group-Mitglieds Nigel Hendersons gehabt, der selbst auch im East End wohnte und es sich mit der Kamera auf Spaziergängen erschloss.⁷³⁴ Henderson interessierte sich gleich Bailey im Übrigen für Werbetafeln und die Gestaltung der Schaufenster der Läden des East End, etwas das offenbar auch einen Impuls für die Gestaltung der „Bilderflut“ der Ausstellung *Parallel of Life and Art* dargestellt hatte.



Abb.36. David Bailey, East End, 1962.



Abb.37. Still aus *Blow-Up* (1966).

⁷³² David Bailey im Gespräch mit Linnie Rawlinson, Q&A: David Bailey Interview, November 3, 2006 <http://edition.cnn.com/2006/TRAVEL/11/02/london.qa/index.html>

⁷³³ Vgl. ebda., 64 und 185

⁷³⁴ Vgl. Rob Bowman (Hrsg.), *Open City. Street Photographs since 1950*, Oxford/ Ostfildern-Ruit, 2001, 197

In Blow-Up rücken die drei Stadien der Stadt in den Blickpunkt: die Vergangenheit - das alte East End, die Gegenwart mit der modernistischen Architektur und schließlich die Zukunft, die sich in Form von Happenings, Events die Demonstration, das Rockkonzert der Yardbirds und die Aktivitäten und Demonstration der Studenten/Mimen manifestierte und so die neue Welt der Mechanisierung reflektieren, die sich – genau wie in Hamiltons und Rauschenbergs Arbeiten – nicht linear sondern sich in Konfigurationen zu erkennen gibt⁷³⁵: “The past, the present, and the future ... overlap in a messy configuration”, wie Alloway zu dieser neuen Urbanität bemerkte.⁷³⁶ Blow-Up setzt auch gerade mit dem Moment ein, in der die graue, modernistische Stadtlandschaft von einer Gruppe von Mimen, den Vertretern der „Zukunft“, belebt wird, die mit einem Jeep die Relikte der „Gegenwart“, d.h. des *high modernism* - geometrische Skulpturen etc. - passieren.

2.17.6 Masken

London war gerade in den Jahren, in den Antonioni sein Filmprojekt konzipierte und umsetzte, ein Zentrum von *happenings* und *performances* geworden. 1965 wurde so eine Lesung (betitelt *International Poetry Incarnation*) von Beat-Poeten wie Allen Ginsberg und Lautdichtern wie Ernst Jandl abgehalten, die mehr einem *happening* oder einem Rockkonzert als einer konventionellen Lesung glich; die Idee war es die dominante Kultur, die durch das gedruckte Wort repräsentiert wurde anzugreifen und statt ihrer „a poetry of event, a carnivalesque poetry“ zu favorisieren.⁷³⁷ Im selben Jahr fanden beispielsweise auch ein *event* im *Institute of Contemporary Arts* statt; in dem Publikum eingeladen wurde an einem happening zu partizipieren, Objekte zu zerstören und neu zu kombinieren⁷³⁸, was der Vorstellung eines neuen, schon die Postmoderne antizipierenden Aspekt der Kulturproduktion in London bedeutete: „[The] cultural producer merely creates raw materials (fragments and elements), leaving it open to consumers to recombine those elements in any way they wish.“⁷³⁹

⁷³⁵ Vgl. McLuhan

⁷³⁶ Alloway, City Notes, in: Robbins 167

⁷³⁷ Andrew Wilson, A Poetics of Dissent: Notes on a developing Counterculture in London in the early Sixties, in: Stephens/Stout, 93ff.

⁷³⁸ Vgl. ebda., 105

⁷³⁹ Harvey, 51.



Abb. 38 und 39. Stills aus Blowup. *Die Erschließung der modernistischen Stadt durch die Mimen*

Die dämmernde Performankekultur war so etwas wie eine Vorbereitung auf die zukünftigen Ereignisse auf den Strassen im Mai 1968, Ereignisse, die ihre Vorläufer gerade in *Blow-Up* und zuvor in der Refokkusierung von Künstlern wie der *Independent Group* auf die Alltagskultur der Strasse und der Verschiebung der Strasse in die Galerieräume haben. Durch die Ereignisse des Mai 68 wurde dies noch weiter verfolgt, wurden diese Räume der Kunst allerdings obsolet, wie mit den antiautoritären Ausschreitungen in den Strassen von Paris. Die Ereignisse des Mai 1968 bedeuteten auch einen Angriff auf die Kunst und Kultur; und ließen die Stadt – wenn auch nur für einen begrenzten Zeitraum - ihr kreatives, spielerisches Potential entdecken: „[The] public event becomes the model of aesthetic expression. (...) May 1968 produced what was called ‚Modernism in the Streets‘, a twenty-four-hour Art Opening cum Happening (...)“, wie Jencks die Beobachtungen von Harold Rosenberg und Michel Ragon zum Mai 1968 zusammenfasst.⁷⁴⁰ Nicht zuletzt nahm auch Antonioni selbst in Chicago und auch seine Hauptdarstellerin aus *Blow-Up*, Vanessa Redgrave in London (und auch Godard in Paris) an Demonstrationen im Jahr 1968 Teil⁷⁴¹; und schließlich beteiligte sich auch Baileys Freund Mick Jagger an den Demonstrationen und schrieb mit „Street Fighting Man“ einen Song der, „die Haltung und eine Stimmung, die (...) zum militanten Protest inspirieren“⁷⁴².

Ein Aspekt, der in Antonionis *Blow-Up* in den Blickpunkt gerückt wird, sind die Manierismen des Fotografen, die er bei den Fotositzungen ungezügelt auslebt. Offenbar wurde diese Selbstdarstellung unter anderem von einem Foto von Baileys Kollegen Terry O'Neill hergeleitet, das zu Baileys Medienimage einiges beitrug. Bailey gab jedoch zu, dass er wie Picasso in Penns Foto einfach posiert hatte und so zu diesem Fotografenimage, das bis heute nachwirkt, beigetragen hat: „I suppose I was acting a bit for the camera. But, you know,

⁷⁴⁰ Jencks, *The Post-Avant-Garde*, in Jencks, 219f.

⁷⁴¹ Vgl. Agnes Sire und Delphine Desveaux, *Magnum Photos: 1968. Ein Jahr, das die Welt bewegt*, Heidelberg 1998, 200 und 80f. und MacCabe, 209

⁷⁴² Vgl. Ingrid Gilcher-Holtey, *Die 68er Bewegung. Deutschland-Westeuropa-USA*, München 2001, 75

Picasso used to act a bit for the camera, too. He'd put on a silly hat, and I suppose I was putting on a silly hat."⁷⁴³ Die Maskerade, das karnevalähnliche Moment war (und ist noch immer) nicht zuletzt auch in Baileys Fotoarbeiten, Porträts zu finden (nach der Mitte der 60er Jahre in Porträts von Polanskis Darsteller Donald Pleasance und in zahlreichen Fotos der Stones). Genauso trägt auch der Fotograf in Blow-Up nicht zuletzt Masken um seine Kunst zu praktizieren⁷⁴⁴, was schon in einer Montagesequenz am Anfang des Films in den Blickpunkt gerät. Die maskierten Mimen werden direkt mit dem als Obdachloser maskierten Fotografen kontrastiert, der diese Maske trägt um sich einem städtischen Bereich, einem *doss house* Zutritt zu verschaffen.



Abb.40. Terry O'Neill, David Bailey im Studio, 1964. Abb.41. David Hemmings als der Fotograf Thomas in Antonionis Blow Up.

Antonioni reflektierte hier offenbar auch schon die in den 60er Jahren virulent werdende Maskierung von Künstlern. Der sich mit Maskierungen Zugang verschaffenden Fotograf stellt auch eine Parallele zu Maskierungen in späteren postmodernen Arbeiten wie Wenders „Himmel über Berlin“ (1986) und Cindy Shermans zeitgleich entstandenen Fotoarbeiten dar; in Wenders Film sind es nun auch „silly hats“ die einer der Protagonisten trägt um in Rollen zu schlüpfen: „The hats he puts on turn into virtual masks of characters, in much the same way that Cindy Sherman photographs mask the person.“⁷⁴⁵ Wie dem Protagonisten

⁷⁴³ Bailey im Gespräch mit Gandee

⁷⁴⁴ Vgl. Chatman, Antonioni: Or the Surface of the World, 151

⁷⁴⁵ Vgl. Harvey, 316

Antonionis verschaffen die Masken jenem Wenders Zutritt zu den verschiedenartigsten Bereichen: "This hat makes him look like Humphrey Bogart, this on is going to the races, that one for going to the opera, and another on is for getting to be married in".⁷⁴⁶ (Nicht zufällig ist die Maske Bogarts die Wenders Figur – neben anderen - trägt, schon jene, die Jean-Paul Belmondo in *A bout de souffle* zu tragen versuchte). Maskierungen sind nach Harvey ein zentrales Phänomen der Postmoderne, die in direkter Verbindung zu ihren anderen Momenten der „räumlichen Fragmentierung“, dem Zusammenprallen verschiedenartigster Elemente und Sphären in der Stadt, die eine vielfältige Anpassung erforderlich machen, und dem „entfremdeten Individualismus“ stehen.⁷⁴⁷ Thomas ist als Meister der Fotografie, als Modefotograf „a master of illusion, as we learn by looking at the props in his studio and at the otherwise unmotivated piece of business in which he mystifies the teenage girls by making a coin appear and disappear behind his fingers.“⁷⁴⁸ So ist es kein Zufall, dass der Fotograf Sympathien für die "student Mimes" empfindet, da er sich selbst maskiert um seine Kunst auszuführen... und schließlich füllen die Mimen auch realen Raum mit imaginären Objekten aus.⁷⁴⁹

2.17.7 Isolierte Momente

So versucht auch der Fotograf, nach dem er Indizien für einen von ihm beobachteten Mord erkannt haben will, die von ihm im Park aufgenommenen Fotos zu interpretieren und ein Narrativ aus seinen Arbeiten herzustellen. Unbewusst imaginiert er eine Erzählung, die sich ihm als tatsächliche Ereignisfolge präsentiert. Der Fotograf versucht Narrative zu konstruieren in dem er „die ‚harten‘ Bilder am Ende des Buches“ – die ja nichts anderes als einige ausgewählte und in eine Erzählung gefügte Bilder der vom Fotografen produzierten Bilderflut sind – „mit friedlichen Motiven“ aufzufangen versucht⁷⁵⁰, wie dies schon Steichen mit *Family of Man* unternommen hatte. Der Fotograf, der mit seinen Reportagen versucht, zu seiner Arbeit in der von Masken, Inszenierungen, Illusion, Imagination und Theatralik geprägten Modefotografie einen Gegenpol zu kreieren, muss nun erkennen, dass hier genauso künstlerische Imagination und Maskerade am Werk ist.

⁷⁴⁶ Ebda.

⁷⁴⁷ Vgl. ebda.

⁷⁴⁸ Chatman, Antonioni: Or the Surface of the World, 151

⁷⁴⁹ Vgl. ebda.

⁷⁵⁰ Vgl. Lenssen in: Jansen, 177

Blow-Up zeichnet sich auch durch eine weitere Schnittmethode aus; jump-cuts, die auf die Isolation der einzelnen Fotos aufmerksam, aber auch auf die staccato-artige Technik Fotos zu machen, etwas, das schon in Baileys Arbeit in den Blickpunkt gerückt wurde, wie beispielsweise in seinem Cover für die erste Farbbeilage der Sunday Times. Antonioni wies auch selbst in einem Interview darauf hin, dass er mit den jump-cuts auf die Fotografie anspielte: „At the Centro Sperimentale they teach you never to cut a shot during its action. Yet I continually do that in Blow-Up. (...) I wanted to give the audience the same sensations as the photographer feels while shooting.”⁷⁵¹ Die jump-cuts erinnern daran, dass die Bewegungen der Modelle - durch das Festhalten einzelner Augenblicke durch die Fotografie – zerteilt und in Fragmente zerteilt werden. Antonioni verweist hier darauf, dass das Endprodukt ein isoliertes, nur auf sich selbst bezogenes Foto ist. Besonders jene Szene, in der das berühmte Model Verushka von Lehnendorff für den Fotografen posiert, evoziert mit jump-cuts die Sequenz isolierten Momente der Fotografie von Baileys Cover, das stellvertretend für die Ästhetik der Modefotografie im Gesamten steht: „The sequence with Verushka brilliantly communicates the modern technique of fashion posing, which turns the model in a staccato ballerina“, wie Chatman feststellt.⁷⁵² Obwohl auch schon davor Godard mit jump-cuts in *A bout de souffle* den Schnitt revolutioniert hatte, erlangte diese unorthodoxe Regel brechende Methode nach Antonioni erst Breitenwirkung in der zweiten Hälfte der 60er Jahre: „I began taking liberties a long time ago; now it is standard practice for most directors to ignore the rules.”⁷⁵³

Mit der Betrachtung der Fotos durch den Fotografen gerät hier ein Merkmal der Postmoderne in den Blick: Isolierte Bilder, die sich der hermeneutischen Geste verschließen. Jameson weist darauf hin⁷⁵⁴, dass schon Sartre dieses Phänomen in anbetracht von Flauberts naturalistischer Prosa entdeckt hatte, in der einzelne Sätze wie versteinert und leblos von den folgenden Sätzen isoliert sind: „Sein Satz umzingelt den Gegenstand, fängt ihn, lähmt ihn und bricht ihm das Genick, schließt sich über ihm, verwandelt sich in Stein und versteinert ihn mit sich. Er ist blind und taub, ohne Arterien; kein Lebenshauch, ein tiefes Schweigen trennt ihn vom folgenden Satz; er fällt ewig ins Leere und reißt seine Beute in diesen unendlichen Sturz mit“ (Sartre).⁷⁵⁵ Sartres Charakterisierung von Flauberts Naturalismus weist so Ähnlichkeiten zu den Phänomenen der fotografischen Reproduktion und den Arbeiten Warhols aus den frühen

⁷⁵¹ Charles Thomas Samuels, Michelangelo Antonioni Interview, 29. Juli 1969, http://www.zakka.dk/euroscreenwriters/interviews/michelangelo_antoni_02.htm

⁷⁵² Chatman, 155

⁷⁵³ Samuels

⁷⁵⁴ Vgl. Jameson, Postmodernism, 30

⁷⁵⁵ Jean-Paul Sartre, Was ist Literatur?, Reinbeck bei Hamburg 1981, 101

60er Jahren, wie die „Diamond Dust Shoes“ auf. Dies macht darauf aufmerksam, dass bestimmte latente Eigenschaften der Postmoderne schon in der voran gegangenen Periode des Modernismus aufgetreten waren, wie bei Flaubert (und genauso auch bei Joyce, Gertrude Stein oder auch in Moholys Büchern, um hier nur einige wenige zu nennen). Diese waren jedoch noch anderen untergeordnet und wurden erst mit der Postmoderne dominant.⁷⁵⁶ Mit Sartres Beobachtung wird diese latente, noch an zweiter Stelle agierende Eigenschaft in den Vordergrund gerückt: „I am tempted to see this reading as a kind of optical illusion (or photographic enlargement) of an unwittingly genealogical type, in which certain latent or subordinate, properly postmodernist, features of Flaubert’s style are anachronistically foregrounded“, wie Jameson zu Sartres Beobachtung bemerkt.⁷⁵⁷ Jamesons Erwähnung der „optischen Illusion“ und der „fotografischen Vergrößerung“ in Bezug auf isolierte, tote Fragmente erinnert nun auch – möglicherweise nicht zufällig - an die Schlüsselszenen in Antonionis Blowup.

Was mit Blow-Up ins Licht gerückt wird ist ein Phänomen der Postmoderne das mit jenem der Fragmentierung in direktem Zusammenhang steht: Das “Randomizing”, des zufälligen Nebeneinanders in der von der Kulturindustrie geschaffenen Bilderflut, das die Auflösung der Narrative bewirkt.⁷⁵⁸ Eine Flut isolierter, Bilder, die sich in Konfigurationen bzw. in Texten darbieten, wie dies schon in Hamiltons Malerei, den *tabular pictures*, reflektiert wurde. Worauf auch schon der Titel der Ausstellung *Parallel of Life and Art* aufmerksam machte, beinhalten diese Konfigurationen, diese Texte nicht nur Arbeiten der *high art*, sondern auch Elemente die aus den verschiedensten Quellen stammen: “Everything can now be a text in that sense (daily life, the body, political representations), while objects that were formerly “works” can now be reread as immense ensembles or systems of texts of various kinds, superimposed on each other by way of the various intertextualities, successions of fragments, or, yet again, sheer process (henceforth called textual production or textualization)”, so Jameson.⁷⁵⁹ Die Kultur reflektiert so die Fotografie, die gleich der Sprache ein weites Spektrum umfasst, alles von „Passbilder und Wetteraufnahmen (...) und Atgets Paris“ beinhaltet.⁷⁶⁰

In Blow-Up versucht sich der Fotograf nun an einem „Search of Text“, einer Textualisierung von Fotos, die er aus der von ihm geschaffenen Bilderflut ausgewählt hat, Fotos die unter

⁷⁵⁶ Vgl. Jameson, Postmodernism and Consumer Society, in: Hal Foster (Hrsg.), The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture, Seattle und Washington 1983, 123

⁷⁵⁷ Jameson, Postmodernism, 30

⁷⁵⁸ Vgl. Foster, On the First Pop Age

⁷⁵⁹ Jameson, Postmodernism, 77

⁷⁶⁰ Sontag, 144

einem anderen Blickpunkt eine zufällige Gruppe von Bildern ergeben würde. Er gestaltet so eine narrative Folge, ein „‘entexting’ of what would otherwise be a random group of photographs.“⁷⁶¹ Wie Chatman bemerkt, kann ein Großteil des Films als die Beobachtung des Versuchs eines Künstlers gewertet werden eine verwirrende Erfahrung (die allerdings erst mit der Entwicklung der Fotos verwirrend wird) zu textualisieren. Chatman beschreibt diese Erfahrung als „puzzling“⁷⁶², was auch die Assoziation hervorruft, das die Bilderflut sich als gigantisches Puzzle darbietet, das sich nicht zusammensetzen lässt – selbst wenn dieses Puzzle von dem verwirrten Betrachters, Künstlers und Produzenten selbst erzeugt wurde. Die alte Sprache des künstlerischen „Werks“, des „Meisterwerks“ ist so weitgehend von der verschiedenartigen Sprache des Texts verdrängt worden - „a language from which the achievement of organic or monumental form is strategically excluded“⁷⁶³. In Folge ist das autonome Werk mit seinem alten Imaginationsprozess, das in sich geschlossen und interpretierbar ist nun verschwunden; „[it] seems to have vanished, to have been volatilized.“⁷⁶⁴



Abb.42 und 43. „Search for Text“: Die Textualisierung des Fotografen mittels Aufpinnen der Fotos.

Gleich Jameson, der mit Warhols Arbeit „Diamond Dust Shoes“ im Gegensatz zu Van Goghs „Bauernschuhen“ die Reflexion der Leblosigkeit, der *flatness*, das Ausbleiben eines Imaginationsprozesses der Reproduktionsmedien auf die Bildende Kunst gezeigt hat, so verbindet auch Claude Levi-Strauss die Fotografie mit Phänomenen, die so in der Malerei nicht existiert haben. Levi-Strauss folgert daraus, das die Fotografie keineswegs die Malerei ersetzt hätte, auch nicht (und besonders) jene des *Trompe-l'oeil*, das „beweist, dass (...) auch die leblosen Gegenstände eine Seele haben. Eine Stoffbahn, ein Schmuckstück, eine Frucht, eine Blume ein beliebiges Gerät besitzen genau wie das menschliche Antlitz – der

⁷⁶¹ Chatman, 149

⁷⁶² Ebda.

⁷⁶³ Jameson, Postmodernism, 77

⁷⁶⁴ Ebda.

Lieblingsgegenstand der Maler – eine innere Wahrheit, zu der man, wie Chardin sagte, durch das Gefühl Zugang findet (...).“⁷⁶⁵ Anders als die Fotografie bildet das *trompel’oeil* nicht einfach nur ab, sondern ist „selektiv und versucht nicht, das Ganze oder einen beliebigen Teil des Modells wiederzugeben“, es „stellt nicht dar, es rekonstruiert.“⁷⁶⁶ Die Fotografie hat nun das *Trompe-l’oeil* (oder die figurativen Malerei) keineswegs ersetzt, denn der „photographische Realismus macht keinen Unterschied zwischen Akzidentien und dem Wesen der Dinge: Er belässt sie auf ein und derselben Linie. Zwar ist Reproduktion im Spiel, aber der Anteil der Intellektion dabei ist eher dürftig.“⁷⁶⁷ Nicht zuletzt ist auch die Fotografie, so Levi-Strauss, alleine fähig eine Momentaufnahme zu liefern, im Gegensatz zum *trompe-l’oeuil* in der Malerei.⁷⁶⁸ Anders als in der Malerei wird so die Realität in der Fotografie durch fotografische Bilder transformiert und die Zeit in eine Serie von immer wiederkehrende Gegenwart fragmentiert.⁷⁶⁹ Wie Jameson bemerkt, gibt Lacans Beschreibung der Schizophrenie ein ästhetisches Modell ab, im Blickpunkt steht hier die Unmöglichkeit, Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zu verbinden, der Zusammenbruch der Signifikantenkette, die Bedeutung - „meaning“ – herstellt. Dieser Zusammenbruch erzeugt „a series of pure and unrelated presents in time“, isolierte Momente, die von einer extrem erhöhten Intensität, täuschender Bedeutsamkeit, Lebendigkeit aber auch Glätte gekennzeichnet sind. Diese blendenden, visionären Momente, rufen entweder Furcht und Panik oder auch – als ästhetisches Modell für die heutige Medienkultur mit ihrer Farben- und Bilderflut passend - ein Gefühl von Euphorie und Überwältigung durch das „Sublime“ hervor.⁷⁷⁰

2.17.8 Filmische Sequenzen: Schnittstellen zwischen den Medien Film und Fotografie

Der Fotograf in Blowup versucht diese isolierte fotografische Momentaufnahme zu überwinden, in dem er einzelne Fotos auswählt und in Sequenzen anordnet⁷⁷¹; das Anordnen der Fotos in Sequenzen geschieht nun durch ein „entexting“, ein Konfigurieren der Fotos, dass nun auch nichts anderes als das auf pinnen der Fotos bedeutet; eine Arbeit die schon ein

⁷⁶⁵ Claude Levi-Strauss, *Sehen, Hören, Lesen*, Frankfurt am Main 2004, 30

⁷⁶⁶ Ebda.

⁷⁶⁷ Ebda., 31

⁷⁶⁸ Vgl. Levi-Strauss, 71f.

⁷⁶⁹ Vgl. Fredric Jameson, *Postmodernism and Consumer Society*, in: Jameson, *The Cultural Turn. Selected Writings on the Postmodern 1983-1998*, London/ New York 1998, S. 20

⁷⁷⁰ Vgl. Jameson, *Postmodernism*, S.26f.

⁷⁷¹ Vgl. Chatman, 159

zentrales Moment in den Aktivitäten der IG war, in Godards Filmen und mit „Baileys Box of Pin-Ups“ in den Blickpunkt geraten war. Indem er die Fotos in Sequenzen anordnet und so ein filmisches Element in seiner Fotoarbeit einführt, unternimmt der Fotograf auch den Versuch eine Intellektion durchzuführen und den Ablauf der Ereignisse im Park zu rekonstruieren. Wie Barthes bemerkte, unterscheidet sich das Medium Film grundlegend von dem Medium Fotografie, indem das Gefühl des „Dagewesensein[s] zugunsten eines Daseins der Sache“ verschwinden lässt.⁷⁷² Dass der Film von einem „magischen Fiktionsbewußtsein“ abhängt und daher im Gegensatz zur Fotografie nach Barthes nicht den „Bruch mit den früheren Künsten“ vollzogen hat⁷⁷³ wird in Blow-Up auch evoziert, in dem die Fotos des Parks mehr und mehr der schon „fotografisch“ anmutenden Parkszenen zuvor zu ähneln beginnen. Nicht zuletzt vernimmt man auch mit einem Mal mit dem Fotografen, der mit den Sequenzen den Park imaginiert, das Rauschen der Blätter der Bäume, das auch in den Parkszenen nahezu alleine die Tonspur bestimmt hat. Diese Szene in der sich die Kamera selbst schon auf die Schwarzweißfotos konzentriert ähnelt hier auch Chris Markers Film *La Jetée* [1962], der bis auf eine kurze Sequenz mit Stillfotografien gestaltet wurde, die die Kamera mit Zooms etc. erkundet; die Stills werden auf diese Weise „filmisch“, und erzeugen so die Illusion des „Dagewesenseins“ des Films die auch das Thema von Markers Arbeit ist⁷⁷⁴, und wie sie auch Roland Barthes beschrieben hat. Wie Barthes kommt auch Levi-Strauss zum Schluß, dass es dem Film (wie der Malerei und anders als der Fotografie) gelingt, eine „Illusion der Dauer“ herzustellen⁷⁷⁵; und so arbeitet der Fotograf mit filmischen Sequenzen um zunächst Fakten, etwas Dokumentarisches aus den Fotos zu subtrahieren. Die Arbeit mit Sequenzen, die die Barrieren der Medien Film und Fotografie verwischt, stellt neben Markers Arbeit auch einen Bezug zu der Arbeit von Markers Künstlerfreund William Klein (Fotos, die in Büchern in filmischen Sequenzen angeordnet werden) und Baileys äußerst filmischen Arbeiten, aber nicht zuletzt auch eine Selbstreflexion Antonionis dar. Er verweist hier auf filmische Illusion einzelner, isolierter Bilder, die in schneller Abfolge Bewegungen, bzw. Dauer und somit Kontinuität simulieren. Die Phänomene der Mechanisierung – die Fragmentierung und Abfolge von Sequenzen – treten nicht zuletzt

⁷⁷² Vgl. Roland Barthes, Die Rethorik des Bildes, in: Barthes, Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Kritische Essays III, Frankfurt am Main 1993, S.40

⁷⁷³ Ebda.

⁷⁷⁴ Im Mittelpunkt von Markers Film steht ein Protagonist, der von Wissenschaftlern in einer Welt nach einem verheerenden Krieg, in die Zeit vor dem Krieg versetzt wird, und mittels der Illusion des „Dagewesenseins“ schließlich durch die Zeit reist; nicht zufällig wurden die Szenen des Experiments in den ehemaligen Lagerräumen von Henri Langlois Cinémathèque Française gedreht, und überdies war der Darsteller, der den wissenschaftlichen Leiter dieses Experiments verkörperte, niemand anderer als der Leiter der belgischen Cinémathèque. Vgl. Lupton, 94f.

⁷⁷⁵ Vgl. Levi-Strauss, 71f.

nirgends so sehr wie im Medium Film zu Tage, das von linearen Verbindungen zu Konfigurationen überleitete.⁷⁷⁶ Gleich dem Fotografen in *Blowup*, der aus Konfigurationen von Bildern Sequenzen zusammenstellt und somit konstruiert, so konstruiert Antonioni Montagen, die scheinbare Interaktion von Figuren und die „Illusion der Dauer“ vortäuschen, wie dies schon am Anfang des Films geschieht. Eine der Pantomimen starrt wie gebannt auf einen Punkt außerhalb des Bildes; nach einem Schnitt sieht man allerdings nicht den Punkt auf den sie starrt, sondern vielmehr den als Obdachlosen maskierten Fotografen, der ein Obdachlosenheim verlässt, und mit einem Mal entsteht die Illusion, dass sich ihre Blicke treffen würden, doch tatsächlich verlässt der Fotograf das Heim an einem anderen Punkt der Stadt.⁷⁷⁷

Blow-Up bedeutete nicht zufällig für Antonioni auch die Rückkehr zur Tiefe; die Form des Films und seine Evokation von Textur und Materialität (wie dies schon das *trompe-loeil* oder die Arbeiten Van Goghs evozieren, um hier Beispiele Levi-Strauss' und Jamesons zu erwähnen) verweist auch gerade auf die Immaterialität der Fotografie, auf der von Jameson hingewiesenen „flatness“ und „depthlessness“⁷⁷⁸, die in der Postmoderne von den Reproduktionsmedien erzeugt wird: “[The] whole film turns on the problem of how to capture in a two-dimensional medium that which is out there in reality, that is, in depth“, wie Seymour Chatman bemerkt.⁷⁷⁹ Antonionis Intention war es nach der Flachheit der Bilder in *Il deserto rosso* ein Gefühl von Tiefe mit Anschein von Materialität zu erzeugen – wie beispielsweise in den Sequenzen in denen der Protagonist mit Models arbeitet, wie „smoke glass panels“; dieser Effekt sollte einen Kontrast zur Tiefenlosigkeit der Fotos im Park darstellen, die es verhindert Fakten aus ihnen zu beziehen.⁷⁸⁰ Die Fotografie täuscht vor das abgebildete Objekt selbst zu sein, während es tatsächlich auch nur das ist, was der Fotograf selbst in ihm erkennen möchte, – es ist genauso Fiktion, ein Text den der Fotograf imaginiert: “The artist discovers the facts by creating a narrative text. But these facts occur in what we know to be a fiction, hence an illusion.”⁷⁸¹ Das einzige was von dem isolierten Foto, das den Gegenstand gefangen, ihn gelähmt, ihn – wie Sartre zu Flauberts Sätzen bemerkt hat – versteinert hat⁷⁸² bleibt, ist das Bild eines Toten (der noch im Park äußerst lebendig war – bevor er auf das Foto gebannt wurde), bzw. die Atmosphäre des Unheils und in der Vergrößerung das stumme Korn der Fotografie. So wird nach Barthes auch gerade die

⁷⁷⁶ Vgl. MacLuhan, 13

⁷⁷⁷ Vgl. Chatman, 157

⁷⁷⁸ Vgl. Jameson, Postmodernism, 9

⁷⁷⁹ Chatman. Antonioni, Or the Surface of the World, 153

⁷⁸⁰ Ebda., 154

⁷⁸¹ Chatman, Antonioni, Or the Surface of the world, 151

⁷⁸² Vgl. Sartre, Was ist Literatur?, 101

Massenreproduktionen reflektierende Pop Art von der Kunst eingeholt, die sie vernichten (auf sie verzichten) will, in dem sie die Wahrnehmungsebene verändert: „Sie verkleinert, sie vergrößert, entfernt, rückt näher, dehnt das vervielfachte Objekt auf die Dimensionen einer Tafel aus oder bläht es auf, als würde es durch eine Lupe betrachtet Sobald die Proportionen verändert sind, taucht aber die Kunst auf (...).“⁷⁸³ Nicht zuletzt ist auch das „Emblem der Pop-art“ Lichtensteins *magnifying glass* (wie Barthes bemerkt) das auch auf die Bedeutung der Textur in den Arbeiten der Pop Art und ihres Umkreises verweist – wie in Warhols frühe Serigraphien und mit der „Körnung des Papiers“ in den Arbeiten Cy Twomblys⁷⁸⁴; eine Körnung die auch in den Arbeiten des Künstlerfreundes des Fotografen zu Tage tritt und die dem letzten Blow-Up der Parkfotos ähnelt.

Blow-Up kulminiert auch gerade mit der Beobachtung eines Tennisspiels, das auf einem dem Park nahe gelegenen Tennisplatz mit einem imaginären Tennisball von den Studentenpantomimen ausgetragen wird, die schon am Anfang die modernistische Stadt erschlossen haben. Alles was dem Fotografen nun bleibt ist eine „(...) rueful resignation about the limits of art's power to interpret“⁷⁸⁵. Schließlich verschwindet der Fotograf selbst und lässt die Textur des Parkrasens leer zurück – er war nun selbst nichts weiter als eine imaginäre Figur, ein Bild der Illusionsmaschine Kino; diese Schlusszene weist auch darauf hin, dass man letztendlich Blow-up als Selbstreflexion Antonionis verstehen kann.⁷⁸⁶

Antonionis Film ist mit den jump-cut-Sequenzen so auch eine Reflexion seiner Arbeit, da dies genauso im Film geschieht, mit der schnellen Folge der einzelnen tatsächlich isolierten Kader, „Frames“, eine Bewegung vortäuscht. Blow-Up weist hier auf den „Faustische Pakt“ des Künstlers mit Reproduktionsmedium hin⁷⁸⁷, das vorgibt das Dargestellte selbst zu sein.

Der Fotograf glaubt in seiner „künstlerischen“ Arbeit, die er als Aufzeichnung von Fakten versteht, etwas Wahres zu finden, etwas das frei von Masken und Illusionen ist; letztlich muss er jedoch erkennen, das er „kommerzielle“, „dokumentarische“ und „künstlerische“ Arbeit nicht mehr trennen kann; letztere ist genauso wahr wie die Natur des Parks. In dem er die Fotosequenz erarbeitet wird im erst mit seiner „künstlerischen“ Arbeit die Natur seines Mediums der Illusionismus bewusst, wird es ihm möglich seine Blasiertheit gegenüber der alltäglichen Flut and Eindrücken und Bildern (die er auch selbst mitproduziert) zu

⁷⁸³ Roland Barthes, Die Kunst, diese alte Sache..., in: Roland Barthes, Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Kritische Essays III, Frankfurt am Main 1993, 211f.

⁷⁸⁴ Vgl. ebda., 212

⁷⁸⁵ Chatman, Antonioni, Or the Surface of the world, 152

⁷⁸⁶ Vgl. Chatman, Antonioni, Or the Surface of the world, 152

⁷⁸⁷ Vgl. Chatman, 142

durchdringen: „Erst wenn er seine Bilder genauer befragt, ihnen Bedeutung zumisst und an die Grenzen stößt, hat er für Momente ein subjektives Verhältnis zur Wirklichkeit (...).“⁷⁸⁸

2.17.9 „Antiques“: Kulturelle Produktion im Zeitalter der postmodernen Bilderflut

Ein zentraler Moment in *Blow up* ist schließlich das Eintreten des Fotografen in den Antiquitätenladen (oder *junkshop*, wie er ihn abfällig nennt). Er trifft hier einen alten Mann an, der sich weigert etwas zu verkaufen und offenbar verhindern will, dass alles alte an einen jungen Mann ausverkauft wird, der nach seiner Einschätzung ohnehin nur leichtfertig damit umgehen wird („Sold! All sold!“, wie der alte Angestellte mürrisch sagt). In diesen Szenen scheint sich schon ein Phänomen der Postmoderne anzukündigen: das Pastiche, die Verwertung alter Stile, eines *historicism* – „the random cannibalization of all the styles of the past, the play of random stylistic allusion“, wie Jameson dieses Phänomen beschreibt.⁷⁸⁹

Mit *Blow-Up* scheint so schon Antonioni auf ein Phänomen hinzuweisen, der ein integraler Aspekt der Postmoderne werden sollte: „a peculiar treatment of the past“ in dem „all sense of historical continuity and memory“ verloren ist, während die Kulturproduzenten die Fähigkeit entwickeln „to plunder history and absorb whatever it finds there as some aspect of the present“⁷⁹⁰, historische Stile plündern, und perfekte Pastichen, Simulakren kreieren – “(...) the imitation of dead styles, speech through all the masks and voices stored up in the imaginary of a global culture.”⁷⁹¹ Der alte Mann fragt den Fotografen was er suchen würde worauf dieser antwortet: „I just want to have a look“; der alte Angestellte des Geschäfts gibt sich mit dieser Antwort jedoch nicht zufrieden und hakt weiter nach: “What are you looking for?” Der Fotograf antwortet kurz: “Pictures“, was nun auch auf darauf hinweist, dass das die Allgegenwärtigkeit des Pastiches im *historicism* nicht zuletzt mit einer Form von „addiction“ kompatibel ist, „with a whole historically original consumers’ appetite for a world transformed into sheer images of itself (...)“.⁷⁹² Diese *depthlessness* der fotografischen Bilder, die auch der Fotograf in *Blow-Up* erkennen muss, erklärt nach Jameson des Verflüchtigen des historischen Bewusstseins, ein weiteres Phänomen, das mit dem kulturellen Wandel aufgetreten ist: „[The new depthlessness] finds its prolongation (...) in a whole new

⁷⁸⁸ Lenssen, in: Jansen, 175

⁷⁸⁹ Jameson, Postmodernism, 18

⁷⁹⁰ Harvey, 54

⁷⁹¹ Jameson, Postmodernism, 17

⁷⁹² Ebda., 18

culture of the image or the simulacrum; a consequent weakening of historicity (...)”.⁷⁹³ Wie Jameson feststellt bringt nun der Zusammenbruch der visuellen Ordnung mit der Bilderflut (und dem Einfluss der Simulacra), auch und der Erzählung auch die Auflösung einer zeitlichen Ordnung mit sich: „The new spatial logic of the simulacrum can now be experienced to have a momentous effect on what used to be historical time. (...) The past is thereby itself modified: what was once (...) has meanwhile itself become a vast collection of images, a multitudinous photographic simulacrum”.⁷⁹⁴



Abb. 44 und 45. Historicism: Der Eintritt des *picture maker* in den *Antique shop*, in dem verschiedenste historische Stile nebeneinander existieren und verfügbar sind.

Die Fotografie als Erinnerungsmedium, als Simulakrum, wurde nicht zuletzt im Medium Film, wie Chris Markers *La Jetée* (1962)⁷⁹⁵, Alain Resnais' *L'Année dernière à Marienbad* (1962) oder auch Ridley Scotts *Blade Runner* (1982) in den Blickpunkt gerückt. So existieren Erinnerungen in Scotts Film alleine in Form von Fotos, die für die genetisch produzierten Replikanten. Da die genetisch produzierten Replikanten produziert wurden, die eine kurzes, vergangenheits- und geschichteloses Leben haben, das sich auf einer höheren Intensivitätsebene abspielt; „history“, so David Harvey, „for everyone has become reduced to the evidence of the photograph“⁷⁹⁶ - ein Diktum, das auch die Bedeutung hinter *Blow up* auf den Punkt bringt. Nicht zuletzt verweist Antonionis *Blow up* in den Szenen im *Antiques store* prophetisch auf die filmischen Pastichen der 70er Jahre, wie beispielsweise Stanley Kubricks in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts angesiedelten Film *Barry Lyndon* (1975). Kubrick erarbeitete sich die Ausstattung, die Kostüme und Architekturen des Films mit Hilfe von „Bildern“, Reproduktionen historischer Gemälde und Zeichnungen des 18. Jahrhunderts, und selbst Filmszenen wurden nach diesen visuellen Quellen modelliert.⁷⁹⁷ Zu dem in *Barry*

⁷⁹³ Jameson, Postmodernism, 6

⁷⁹⁴ Ebda., 18

⁷⁹⁵ Vgl. Lupton, 95f.

⁷⁹⁶ Harvey, 313

⁷⁹⁷ Wie Kubrick selbst anmerkte: „On *Barry Lyndon* I accumulated a large picture file taken from art books. These pictures served as reference for everything we needed to make – clothes, furniture, hand props,

Lyndon zu Tage getretenen *historicism* hat schließlich niemand anderer als Kubrick selbst einen treffenden Kommentar geliefert: *The Shining* (1979).⁷⁹⁸ Der Protagonist des Films, der Schriftsteller Jack Torrance (Jack Nicholson) - der in einer noch bedrohlicher wirkenden Isolation als jener des Fotografen in *Blow up*, weit entfernt von jeglicher Großstadt in einem (in der winterlichen Einöde gelegenen) Berghotel gefangen ist - will es auf noch fatalere Weise nicht gelingen, sich nach einem schon anachronistischen Künstlerideal des *high modernism* zu modellieren und ein kohärentes Werk zu gestalten, wie Jameson es auf den Punkt bringt, denn „(...) [the] figures of ‚The Great American Writer‘ have long since been absorbed into the sealed and achieved space of consumer society.“⁷⁹⁹ In der Tat produziert Kubricks Protagonist zwar einen Text, doch wie der Fotograf in Antonionis *Blow up* gelangt er schließlich an einen Nullpunkt, „a kind of zero point around which the film organizes itself, a kind of ultimate and empty auto-referential statement about the impossibility of cultural or literary production“⁸⁰⁰: Seiten, die in ihrer Wiederholung eines passenden Sprichworts an zeitgenössische Arbeiten der Concept- und Minimal Art erinnern.

Nicht zuletzt verweist auch eine weitere Szene in dem *Antique Shop* auf den „zero point“, den Nullpunkt, den die kulturelle Entwicklung in ihrem Moment der Globalisierung erreicht hat. Die Besitzerin des Antiquitätengeschäftes, die der Fotograf später antrifft, macht ihren Überdruß in anbetracht alter Dinge und ihrer Sehnsucht nach Neuem Luft; sie will nach Marokko oder Nepal, worauf ihr der Fotograf kurz „Nepal is all antiques“ entgegnet. Wie Harvey anmerkt, existieren mit dem durch Massenkommunikation und globale Erschließung geschrumpften Globus keine Entwicklungsperspektiven mehr, und auch Jameson weist darauf hin dass dies nun das Ende eines überkommenen Produktionskonzept nach dem Ende der Expansion und der Imperien ist, nämlich das der „the Promethean conception of production (...), which makes it difficult for people today to continue to imagine development as a conquest of nature. (...) At the moment, in other words, when the limits of the globe are reached, notions of intensive development become impossible to contemplate; the end of expansion and old-fashioned imperialism is not accompanied by any viable alternative of internal development.“⁸⁰¹.

architecture, vehicles, etc.” Stanley Kubrick im Gespräch mit Michel Ciment, in: Ciment, Kubrick. The Definite Edition, New York 2001, 176 Ryan O’Neal, Kubricks Protagonist, beschrieb woanders Kubricks Vorgehensweise – “[He] began to search through a book of eighteenth century art reproductions (...) He found a painting (...) and posed Marissa [Berenson] and me exactly as if we were in that painting.” Sh. Ryan O’Neal im Gespräch mit Richard Schickel, in: Gene D. Phillips (Hrsg.), Stanley Kubrick: Interviews, Jackson, 2001, 166

⁷⁹⁸ Vgl. Fredric Jameson, *Historicism in The Shining*, <http://www.visual-memory.co.uk/amk/doc/0098.html>

⁷⁹⁹ Vgl. Jameson, *Historicism in The Shining*

⁸⁰⁰ Ebda.

⁸⁰¹ Jameson, *The Cultural Turn*, S.91

2.18 Schluß: Bailey als ein Künstler der image production industry

Bailey ist - gleich Antonionis Protagonisten - ein Künstler, der zu dem mit Bildern saturierten Raum einer vernetzten Kultur beiträgt und mitgestaltet. Er begann schon früh (nach anfänglichen Versuchen in dem traditionellen Medium Malerei) begonnen hatte für die Massenmedien, innerhalb eines neuartigen Netzwerks von Künstlern und Kreativen zu arbeiten, das zunächst noch breiten Raum für Innovationen und Entwicklungsmöglichkeiten barg. Dieses Netzwerk hatte der Kritiker und Theoretiker der Independent Group, Lawrence Alloway, schon mit seinem Konzept eines *Fine Art-Popular Art Continuums* antizipiert, einem Kontinuum in dem die verschiedenartigsten Medien, die Hochkultur und die *popular culture* mittels Schnittstellen in einem *communication network* der (Massen-)Medien verbunden sind.⁸⁰² Das von Alloway antizipierte Netzwerk erlebte in den frühen 1960er Jahren seinen ersten Höhepunkt, in der Zeit in denen Bailey mit seinen ersten Arbeiten für Magazine an die Öffentlichkeit getreten war. Bailey war in diesem Kontinuum verschiedenster Medien und Diskurse eine bedeutende Figur; in seiner Arbeit kreierte er Schnittstellen zwischen den Medien Film und Fotografie, zwischen *high modernism* und Populärkultur. Baileys Arbeit in den Massenmedien setzte nicht zuletzt auch gerade in dem Jahr - 1960 - ein, das exakt in die Übergangsperiode der späten 1950 und frühen 1960er Jahre fällt, in der man nach Fredric Jameson eine radikale Zäsur oder *coupure* zwischen „[a] waning or extinction of the hundred-year-old modern movement“ und dem Nachfolgen einer heterogenen Kunstproduktion ansetzen kann.⁸⁰³ Dieses Netzwerk unterschied sich diametral des Konzepts von Theoretikern einer ideologisierten Variante des Modernismus, einer „Ideologie des reinen Modernismus“⁸⁰⁴, die eine „radikale Dissoziation innerhalb des Ästhetischen“ propagiert hatte (so Jameson).⁸⁰⁵ Nach dem Theoretiker und Kritiker Clement Greenberg sollte „jede Art von *cross over* künstlerischer Gattungen [vermieden werden]“, sich jede Kunstform „auf ihre spezifischen Verfahren zurück[ziehen].“⁸⁰⁶ Peter Wollen unterscheidet die Phase des ideologisierten Modernismus und jener die in den 1960er Jahren einsetzte, mit Hilfe Greenbergs Beschreibung der Künstlerpersönlichkeit Jackson Pollocks und jener Jakob Burckhardts der Renaissance: Nach Greenberg war Pollock ein „gotischer“ bzw. „barocker“ Künstler der in seiner von der Außenwelt abgeschiedenen, isolierten Welt arbeitet. Wollen setzt dieser Welt jene einer „Warholian Renaissance“ entgegen, in der alle

⁸⁰² Vgl. Whiteley

⁸⁰³ Jameson, Postmodernism, 1

⁸⁰⁴ Jameson, Mythen der Moderne, 165f.

⁸⁰⁵ Ebda. 182

⁸⁰⁶ Wyss, 24

„cultural barriers“ überwunden werden und eine „cultural re-evaluation“ unternommen wird: „In the 60s, the discovery of popular culture and the mass media within the art world played the same sort of discovery of Classical literature did for the Renaissance. (...) Like Leonardo, Warhol was fascinated by new technologies – the tape recorder, the Polaroid, the video camera“, so Wollen.⁸⁰⁷ In dem sie als Filmemacher, Fotograf, *art director* und „celebrity actor and model“ tätig waren⁸⁰⁸, wurden Künstler und Kreative wie Warhol und Bailey zu Schnittstellen in denen sich die verschiedensten kreativen Bereiche begegneten. Diese Schnittstellen, die das Übersetzen dieser „spezifischen Verfahren“ und Methoden ermöglichen, werden nicht zuletzt mit Hilfe der neuen Massenmedien wie der Fotografie kreiert. Wie André Malraux in seinem *musée imaginaire* gezeigt hatte bewirken diese Massenmedien so eine Demokratisierung mittels fotografischer Reproduktionen: es ist so nun möglich Bilder aus den verschiedenartigsten Quellen zu kombinieren. Anders als Malraux, der sein modernistisches „imaginäres Museum“ als universalistisches, übersichtliches Narrativ verstand, interessierten sich Künstler der jüngeren Generation allerdings in den 1950er Jahren für den Aspekt der verwirrenden, demokratisierenden Heterogenität der von den Massenmedien erzeugte Bilderflut die es ermöglichte festgefahrene Hierarchien zu überwinden. Richard Hamilton zeigte diesen egalisierenden Effekt der Assimilation in der Massenkultur mittels einer Reproduktion von Van Goghs Gemälde „Die Sonnenblumen“, in der Ausstellung *This is Tomorrow* (1956). Eine künstlerische Arbeit, die als zunächst nur als Original existierte und gedacht war, fand sich als Massenreproduktion mit einem Mal inmitten verschiedenartigster Reproduktionen aus populären Quellen wieder und wurde in dieser Form ein Teil der *popular culture*. Die Independent Group war allerdings mit ihren Beobachtungen nicht alleine: Nicht zufällig wurden Arbeiten des *high modernism* (wie jene Picassos) und ihre Egalisierung mittels Massenreproduktion in Godards Filmen (ab 1957) ins Bild gesetzt. Godards Filme stellten in Folge in ihrer Verbindung und Synthese von Elementen aus *high-* und *popular culture* eine entscheidende Inspirationsquelle und Impulsgeber für Baileys frühe Arbeiten und die Bilderproduktion vieler Kreative seiner Generation in Großbritannien dar. Anders als die Generation der Künstler der *Independent Group* die eher im traditionellen Kunstbetrieb verankert waren und nur gelegentlich Ausflüge in den Produktionskontext der Massenmedien unternahmen (wie Hamilton mit seinem Plattencover für die Beatles) veränderte Bailey von Anbeginn an die *Popular Culture* von innen heraus. Dies rührte nicht zuletzt davon her, dass Bailey ähnlich wie Warhol trotz früher

⁸⁰⁷ Peter Wollen, Andy Warhol: Renaissance Man, in: MacCabe, Francis, Wollen (Hrsg.), *Who is Andy Warhol?*, 12f.

⁸⁰⁸ Vgl. Wollen, 11

bildnerischer Begabung keine „akademische Ausbildung“ durchlaufen hatte „und (...) sich die abstrakte Hochkunst gar nicht erst abgewöhnen“ musste.⁸⁰⁹ Bailey beließ es aber nicht dabei als *picture maker* für die Massenmedien Methoden des *high modernism* in Massenmedien zu transferieren und diesen weiteste Verbreitung zu ermöglichen. Er produzierte genauso Schnittstellen, kreierte ein - noch von den Ideologen des Modernismus verschmähtes - *cross over* zwischen den Massenmedien selbst, wie dem Film und der Fotografie, in dem er filmischen Kameraperspektiven wählte und Stilelemente der Autorenfilmer zitierte.

Die Schaffung dieser Schnittstellen fanden ihre Parallele in zeitgenössischen Arbeiten von Schriftstellern wie Pierre Klossowski (*Les Lois de Hospitalité*, 1965) und Alain Robbe-Grillet (*L'Année dernière à Marienbad*, mit Alain Resnais, 1962), die ihre Texte nach filmischen Methoden strukturierten. Nicht zuletzt waren es ein anderer *picture maker* wie der Fotografen William Klein, der mit filmischen Sequenzen arbeitete und Filmemachern wie Kleins Künstlerfreund Chris Marker, der ähnliche Projekte im Medium Film (*La Jetée*, 1962) unternahm; diese Thematik sollte schließlich auch Michelangelo Antonioni mit *Blow Up* übernehmen. Antonionis erster Film der auf ein breiteres Publikum abzielte (und auch erreichte) macht aber auch im Rückblick darauf aufmerksam, dass Künstler sich zunehmend zur Aufgabe machten ihre Arbeiten für eine breiteres Publikum zugänglich zu machen. Dies brachte es mit sich, dass sie sich genauso für massenmediale Bildkonfigurationen zu interessieren begannen, wie es auch Antonionis Protagonist tat, der den Versuch unternimmt mit Hilfe von an die Wände seines Studios gehefteten Bildkonfigurationen ein Narrativ zu entwickeln, um so einen plausiblen Ablauf (der an die Schnitte und Montagen im Film erinnert) seiner Beobachtungen zu rekonstruieren. Nicht zuletzt war es auch schon die Arbeit mit *pin-ups* die zentrale Methode der *Independent Group* gewesen, um die Strukturen der massenmedialen Bilderflut und ihrem *randomizing* zu evozieren.

Der Verlust der Entwicklung, linearer Narrative hin zu Konfigurationen führt in der Postmoderne zu einer Abhängigkeit von einem fotografischem Bild, das sich der zeitlichen Ordnung verweigert, und nicht in eine kohärente Erfahrung pressen lässt. Wie schon Susan Sontag bemerkte, steht alle künstlerische Produktion unter dem Einfluss Medium Fotografie, „[strebt] alle Kunst nach dem Zustand der Fotografie.“⁸¹⁰ Die Kulturproduktion reflektiert so die Heterogenität, Fragmentierung und Zufälligkeit der Bilderflut: Ein *Randomizing*, auf das schon Paolozzi in seinen frühen Collagen und seinem Epidiascope-Vortrag evoziert hatte. Diese zufällige Abfolge von heterogenen Bildern, führt zur Auflösung der Erinnerung und

⁸⁰⁹ Vgl. Wyss, 28

⁸¹⁰ Sontag, Über Fotografie, 145

erschwert es Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft in einer kohärenten Erfahrung zu verbinden, was Antonionis Protagonist entdecken muss: „If, indeed, the subject has lost its capacity actively to extend its pro-tensions and re-tensions across the temporal manifold and to organize its past and future into coherent experience, it becomes difficult enough to see how the cultural productions of such subject could result in anything but ‘heaps of fragments’ and in a practice of the randomly heterogenous and fragmentary and aleatory”, wie Jameson bemerkt.⁸¹¹ Die Kultur reflektiert mit der Schwächung der „Geschichtlichkeit“, die Mechanisierung, die durch eine Fragmentierung von Prozessen erreicht wird. Die Fragmente werden in eine Serie gestellt die allerdings mit keinem linearen Prozess gleichzusetzen ist, so McLuhan, sondern nur eine unaufhaltsame Veränderung bedeutet: „Nothing follows from following, except change“.⁸¹² Texte gehen Verbindungen mit anderen Texten ein und produzieren neue Texte, was sich in der Form von Konfigurationen wie Collage und eben Montage äußert⁸¹³ - „a set of elements which entertain separations from one another“.⁸¹⁴ Dieser Problematik tritt in den Schlüsselszenen von Antonionis *Blow-Up* zu Tage, in denen der Fotograf Konfigurationen kreiert, dessen scheinbare Kontinuität schließlich in Auflösung begriffen ist und er sich nur mehr verzweifelt auf ein einzelnes, isoliertes Bild konzentriert, das sich der hermeneutischen Geste verschließt, sich in Folge der Vergrößerung, des *Blow-Ups* als grobes Korn auflöst.

Schließlich verweist auch die von Antonioni angewandte jump-cut Technik, auf die „dispersive, lückenhafte Realität, eine Folge bruchstückhafter, lückenhafter Begegnungen“ (um hier Deleuzes Beschreibung der Filme Rosselinis anzuwenden)⁸¹⁵, auf das Moment des Fotografierens (wie Antonioni bemerkte)⁸¹⁶, die genauso Bailey in seinem *cover* der ersten Farbbeilage der *Sunday Times* reflektierte (vgl. Abb.5, S.72). Die Fotos, die der Fotograf Antonionis *Blow-Up* in Konfigurationen and die Wand seines Studios pinnt, formen „a narrative array, a ‚textualization‘ or entexting“, so Seymour Chatman.⁸¹⁷ Barthes setzt den Text der an die Stelle des autonomen Werks tritt nicht zuletzt mit einer pluralistischen Explosion gleich.⁸¹⁸ Der Titel von Antonionis Film „*Blow-Up*“ (der einen *picture maker* wie Bailey in den Blickpunkt rückt, der einen Beitrag zu der Bilderflut leistet) verweist nicht

⁸¹¹ Jameson, *Postmodernism*, 25

⁸¹² McLuhan, S.12f.

⁸¹³ Vgl. Harvey, S.49

⁸¹⁴ Jameson, *Postmodernism*, S.31

⁸¹⁵ Deleuze, *Das Bewegungs-Bild*. Kino 1, 284

⁸¹⁶ Vgl. Michelangelo Antonioni im Gespräch mit Charles Thomas Samuels, 29. Juli 1969, http://www.zakka.dk/euroscreenwriters/interviews/michelangelo_antonioni_02.htm

⁸¹⁷ Chatman, *Antonioni or, the surface of the world*, 149

⁸¹⁸ Vgl. Roland Barthes, *From Work to Text*, in: Wallis (Hrsg.), *Art After Modernism*, 171

zuletzt neben der Bedeutung „Vergrößerung“ auch auf die Bilderexplosion und die in ihr innewohnende Auflösung, Fragmentierung und Zufälligkeit.

Jameson vergleicht dieses Phänomen mit der Schizophrenie - „a series of pure and unrelated presents in time“⁸¹⁹. In der Montagetechnik des Mediums Film, in der Fotografie (und in der Bilderflut) überwiegt so der Raum über linearen, zeitlichen Abfolgen, wie dies schon die Bilderexplosion („The range of photographic sources was suddenly exploded“⁸²⁰, so Lawrence Alloway), die nicht-lineare Hängung in Bildkonfigurationen in Paolozzis Ausstellung „Parallel of Life and Art“ demonstrierte hatte. Den Effekt, den die in *Parallel of Life and Art* oder in Paolozzis *Epidiascope*-Vortrag mit seinen auf den Betrachter hatte, beschreibt Jameson via Nam June Paiks Arbeiten, die mit Fernsehapparaten auf ihre Weise das „Randomizing“ die Bilderflut evozierten...

The postmodernist viewer (...) is called upon to do the impossible, namely, to see all the screens at once, in their radical and random difference; such a viewer is asked to follow the evolutionary mutation of David Bowie in *The Man Who Fell to Earth* (who watches fifty seven television screens simultaneously) and to rise somehow to a level at which the vivid perception of radical difference is in and of itself a new grasping what used to be called relationship: something for which collage is still only a very feeble name.⁸²¹

Nicht zuletzt dominieren nun auch unter dem Eindruck dieser Bilderflut räumliche Kategorien (d.h. Konfigurationen) über den zeitlichen (d.h. lineare Abläufe), in den Sprachen der Kultur, im täglichen Leben, in der psychische Erfahrung.⁸²² Zu dem Zeitpunkt der *coupure* um 1960 begannen Künstlern wie beispielsweise Hamilton und Rauschenberg, die alltäglichen visuellen Erfahrungen in der Stadt zu reflektieren und ließen isolierte Bilder aus den verschiedensten kulturellen Kontexten, aus Hoch- und *popular culture* (Film und Zeitschriften), in einem postmodernen *flatbed* aufeinander treffen.⁸²³ Genauso wie Rauschenberg und Hamilton weckte das urbane Phänomen des *flatbed* auch Baileys Interesse: In seiner Serie „Young Idea Goes West“ (1962), werden die Konfigurationen der Werbetafeln New York Citys als Kontext für Modefotos ausgebreitet, die sich an der Straßenfotografie eines William Klein und der spontanen Arbeit Godards in den sich angesichts der Massenkultur wandelnden Straßen von Paris orientierte. Schließlich war es Bailey möglich als

⁸¹⁹ Jameson, Postmodernism, 27

⁸²⁰ Vgl. Alloway, The development of British Pop, in Lippard (Hrsg.), *Pop Art*, 29

⁸²¹ Vgl. Jameson, Postmodernism, 31

⁸²² Vgl. ebda., 16

⁸²³ Vgl. Douglas Crimp, On the Museum's Ruins, in Foster, The Anti-Aesthetic, 44

prominenter Porträtist der Größen der zeitgenössischen Popkultur mit seiner Arbeit zu diesem urbanen *flatbed* im großen Stil beizutragen - mit dem überdimensionierten Bild der Rolling Stones auf dem Times Square in Manhattan (1965).⁸²⁴

Schließlich zeigt dieses Beispiel auch auf, dass Bailey einen beträchtlichen Beitrag dazu leistete, Stars - wie die Rolling Stones - in ihre eigenen Bilder zu verwandeln, Bilder die unendlich reproduzierbar und allgegenwärtig geworden sind; ein Phänomen, auf das genauso die zeitgleiche Arbeit Warhols abzielte.⁸²⁵

Die Verwandlung von Stars in ihre eigenen Bilder bringt ist nach Jameson nicht zuletzt ein Phänomen das in direktem Zusammenhang mit einem Spätkapitalismus steht, einem dritten „machine age“ in der die Reproduktion vorherrscht⁸²⁶ und die eine Phase des Kapitalismus in einer noch reineren Form darstellt, dessen Warenkultur in Bereiche eingedrungen ist, die zunächst noch nicht erschlossen worden sind.⁸²⁷ In dieser spätkapitalistischen Periode, deren spezifische Logik der *postmodernism* darstellt, werden Medienbilder zu einem integraler Bestandteil kultureller und ökonomischer Praktiken und Entwicklungen.⁸²⁸ Bilder werden in Waren transformiert, und schließlich vom Original unabhängig; sie nehmen ein Eigenleben an und werden zum Simulakrum – „a state of such near perfect replication that the difference between the original and the copy becomes impossible to spot“, wie Harvey es formuliert.⁸²⁹ In dieser Welt der massenmedial verbreiteten Bilder tritt eine Verdoppelung bzw. eine repetitive Struktur zu Tage⁸³⁰, eine Struktur die schließlich auch Bailey mit Fotoarbeiten wie *Paper poster dress* reflektierte. Der Abdruck des Gesichts Bob Dylans, das sich als *media image* von der Person Bob Dylans verselbständigt hat, findet sich auf einem Kleid wieder, das aus nichts anderem besteht als aus der Flächigkeit eines Posters, und in der Maskierung des Models mit Sonnenbrille und Perücke ihre eigene Verdoppelung und Reflexion findet.

⁸²⁴ Vgl. Davis, 187

⁸²⁵ Vgl. Jameson, Postmodernism, 11

⁸²⁶ Vgl. ebda., 36f.

⁸²⁷ Vgl. ebda., 35f.

⁸²⁸ Harvey, 287

⁸²⁹ Ebda., 289

⁸³⁰ Vgl. Fredric Jameson, Verdinglichung und Utopie in der Massenkultur, in: Ludwig Nagl (Hrsg.), Filmästhetik, Wien 1999, S.114



Abb. 43 und 44. Baileys „Pop paper poster dress“, Juli 1967. Cate Blanchett als der Bob Dylan des Jahres 1966 in Todd Haynes' „I'm not there“, 2007.

Nicht zuletzt ist Baileys Foto auch ein früher Vorläufer für Cate Blanchetts Darstellung Dylans vierzig Jahre später in dem Film *I'm not there* von Todd Haynes (2007). Haynes, der sich mit seinem Film gerade auch für die verschiedenen Personae, Maskierungen und Simulakren Dylans interessiert, versah Blanchett mit exakt derselben Maskierung des *media image* Dylans des Jahres 1966 das auch Bailey das Model seiner Fotoarbeit verpasste. Haynes bemerkt dazu, dass dieses zunächst – schockierende *image* nun vollkommen assimiliert ist: "I felt it was the only way to resurrect the true strangeness of Dylan's physical being in 1966, which I felt had lost its historical shock value over the years"⁸³¹ – nicht zuletzt auf Grund der Transformation des Bildes in ein Simulakrum der Repetitionsstruktur der Warenökonomie.

Mit Arbeiten wie jene, die Bob Dylans Simulakrum ins Bild setzte, trat um die Mitte 1960er Jahre in Baileys Arbeit die Kritik an dem „superficial Sixties thing“⁸³² auf den Plan. Diese Kritik beleuchtete in derselben Weise die Selbstbezogenheit der „(...) Bilder, die sich von jedem Aspekt des Lebens abgetrennt haben“, wie Guy Debord es formulierte.⁸³³ Nach Debord „verschmelzen [diese Bilder] in einem gemeinsamen Lauf (...). Die *teilweise* betrachtete Realität entfaltet sich in ihrer eigenen allgemeinen Einheit als abgesonderte Pseudowelt (...)“⁸³⁴, eine Pseudowelt die alleine auf sich selbst verweist.

Bailey war hier mit seinem Interesse an dieser Bilderwelt, das eine Gratwanderung zwischen Kritik und Affirmation darstellte, nicht alleine. Verdoppelungen, Simulakren, die abseits des Originals ein Eigenleben entwickeln, wurde in der ersten Hälfte der 1960er Jahre unter

⁸³¹ Todd Haynes im Gespräch mit Rachel Williams, in The Guardian, 5. September 2007, <http://film.guardian.co.uk/festivals/news/0,,2162440,00.html>

⁸³² David Bailey zitiert in: Harrison, 185

⁸³³ Debord, 13

⁸³⁴ Ebda.

anderem in den Texten und Filmen eines Pierre Klossowski, Alain Robbe-Grillet und Alain Resnais (*L'Année dernier à Marienbad*, 1962) ins Licht gerückt. Medienüberschreitenden Arbeiten wie diese evozierten und kreisten um die Verwirrung und Imagination, die der Betrachter angesichts der perfekten Kopien erlebt. Nicht zuletzt war es Andy Warhol der sich dem Bild als Ware in seiner Arbeit widmete, die nicht nur in diesem Punkt der Arbeit Baileys ähnelt. Diese Arbeiten reflektieren wie Baileys Foto die glatten Oberflächen, eine Tiefenlosigkeit, die zum entscheidenden Bestandteil der neuen, massenreproduzierten, verdinglichten Bilder bzw. Simulakren geworden ist, „(...) a new kind of flatness and depthlessness, a new kind of superficiality in the most literal sense, perhaps the supreme formal feature of all the postmodernisms (...)“, wie Jameson an Betracht einer Arbeit Warhols bemerkt⁸³⁵. Jameson gebraucht nicht zufällig den Begriff der „superficiality“ den Bailey schon in Zusammenhang mit der zweiten Hälfte der 1960er Jahre hat, um die Transformation von Pop Art Symbolen in Waren zu beschreiben. Wie kritisch er auch sich über die Entwicklungen „nach 1966“ äußern mag, so hat doch Bailey selbst zu der Bildproduktion beigetragen. In einer Arbeit wie dem großformatigen und den urbanen Raum beherrschenden „billboard“ für das neue Rolling Stones Album am Times Square von Manhattan 1965 begegnet man auch einem Element, das Jameson im Zusammenhang mit einer neuen *superficiality* und *depthlessness* gebracht hat: „the exhilaration of these new surfaces“, „an experience of bordering on terror, (...) in astonishment, stupor, and awe“ an Betracht des Sublimen⁸³⁶. Jameson spricht allerdings auch die Problematik der fotografischen Massenreproduktionen an die mit diesem Sublimen in direktem Verhältnis steht: ein Todesmoment, den er beispielsweise bei Warhol ausmacht. Jameson führt diesen darauf zurück, dass die Fotografie bzw. das fotografische Negativ auf welches Warhols Arbeit basiert, sie sich dem Betrachter durch seine ins Bild rückende Oberfläche verschließt, nachdem die Hochglanzfarben der Werbung dem Bild entzogen wurden.⁸³⁷ Anders als der Malerei des *high modernism* fehlt der Fotografie ein utopisches Element, das genauso mit einem utopischen Element in direkter Verbindung steht; wie Jameson versteht auch Godard gerade ihre fehlende Materialität als ein Merkmal, das einen bedeutenden Unterschied zur Fotografie darstellt: „There was more detail, a more real image of so-called reality.“⁸³⁸ Jameson weist darauf hin, dass sich dieses Todesmoment nicht unbedingt auf den Inhalt beziehen muss⁸³⁹, allerdings ist es am ins augenscheinlicher, wenn der Betrachter direkt mit

⁸³⁵ Jameson, *Postmodernism*, 9

⁸³⁶ Ebda., 33f.

⁸³⁷ Ebda., 9

⁸³⁸ Jean-Luc Godard im Gespräch mit Gavin Smith, in: Sterritt, S. 182

⁸³⁹ Jameson, *Postmodernism*, 9

einem Porträt einer Person konfrontiert ist. Roland Barthes hat auf dieses Phänomen hingewiesen, das er in derselben Weise wie Jameson mit Stummheit in Verbindung bringt, die sich der hermeneutischen Geste verschließt - „nichts in ihr [kann] sich verweigern noch sich umwandeln“⁸⁴⁰. Das Todesmoment wird Barthes nicht zuletzt angesichts Kinderfotos seiner Mutter bewusst, das er mit „dem Vordringen eines asymbolischen Todes (...) außerhalb von Religion und Ritual“ in die moderne Gesellschaft in Verbindung bringt. „DAS LEBEN/ DER TOD: das Paradigma wird auf ein simples Auslösen beschränkt, jenes, das die Ausgangspose vom fertigen Abzug trennt.“⁸⁴¹ Dieses Verschwinden in der Bilderwelt hat im Schwesternmedium der Fotografie – dem Film - seine Spuren nicht alleine mit *Blow Up* hinterlassen: anders als der Fotograf in Antonionis *Blow up*, der schließlich als dessen imaginärer Protagonist – wie der unbekannte Tote auf dem Foto - spurlos verschwindet, wird Kubricks gescheiterter Künstler in „The Shining“ nach seinem Tod schließlich Teil einer vergangenen Periode künstlerischer Produktion – als zentrale Figur in *period dress* auf einem exakt (auf den 4. Juli 1921) datierten Foto.⁸⁴²

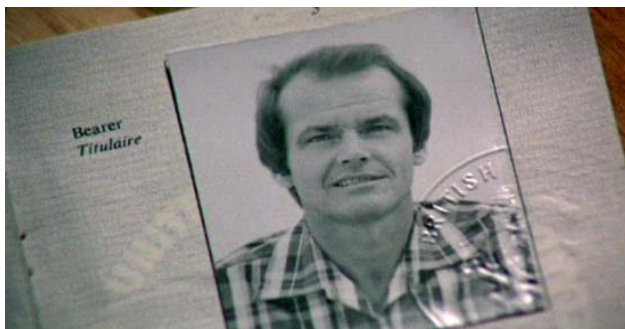


Abb. 45 und 46. Fotografische Simulakren im Film: Jack Nicholson als der auf Foto gebannte und somit dem Tode geweihte Protagonist in Antonionis *Professione: Reporter* (1975) und Kubricks *The Shining* (1979).

Dieses existenzielle Problem und Thema des Todes im Zusammenhang mit der Fotografie ließ Antonioni offenbar nicht los und so kehrte er nach *Blow-Up* mit in seinem Film *The Passenger* (*Beruf: Reporter*, 1975) zu dieser Thematik zurück.⁸⁴³ Die Fotografie ist es, die seinem Protagonisten, dem Fernsehreporter David Locke (auch wieder von niemand anderem dargestellt als von Jack Nicholson) ermöglicht eine andere Identität anzunehmen: die Identität eines Toten, der dem Protagonisten gleich einem fotografischem Simulakrum täuschend

⁸⁴⁰ Roland Barthes, *Die helle Kammer. Bemerkung zur Photographie*, Frankfurt am Main 1985, 102

⁸⁴¹ Barthes, *Die helle Kammer*, 103

⁸⁴² Wie die Replikanten in Ridley Scotts *Blade Runner* imaginiert Torrance (und Locke in Antonionis *Professione: Reporter*) seine eigene Vergangenheit und Identität mittels Fotografien, eine Vergangenheit die so nie existiert hat.

⁸⁴³ Vgl. Seymour Chatman, *Antonioni, or the Surface of the World*, 187

ähnlich sieht. Schon vor der Annahme der Identität des ihm ähnelnden todkranken Mannes, die ihm durch den Austausch eines Passfotos ermöglicht wird, steht auch schon Locke der Tod ins geschrieben zu sein, wie Chatman bemerkt⁸⁴⁴ - eine frappierende Parallele zu *Blow Up*, in dem der Unbekannte, der von dem Fotografen im Park auf Film gebannt wurde auf einem tiefenlosen Foto schließlich als Toter erscheint.

Dieses Moment der Kritik an der Fotografie verfolgte auch Bailey in seiner Publikation *If we shadows...* (Und geschaut in Nachtgesichten, 1992), die schon im Titel auf die Fotografie als fixierte Schatten anspielt. Baileys Arbeiten sind in diesem Buch durch das Thema des Todes verknüpft; wie bei Warhol wird das Thema des Todes allerdings nicht alleine durch den visuellen Inhalt evoziert, sondern mehr noch durch die Schwarzweißfotografie und primär durch Porträts, auf deren von Barthes beobachtete besondere Eigenschaft mehr den Tod als das Leben einzufangen auch Bailey nicht entgangen war.⁸⁴⁵ Wie Jameson vergleicht Bailey die fotografische Reproduktion mit einem Tafelbild des *high modernism*: „(...) photography is always about the Dead. You look at a Picasso and you don't think that the people in it are dead. But if you look at an old photograph of a couple you think about the fact that they are both dead. A painting removes death, but in photography you retain death.”⁸⁴⁶ *If we shadows...* stellt schließlich auch einen auffallenden Kontrast zu den mehr kommerzielleren Arbeiten Baileys dar, in zumeist grellen Farben gehalten sind; auf *If we shadows* trifft so auch Jamesons Bemerkung zu Warhols Arbeiten zu, dass es so ist als ob “the external and colored surface of things – debased and contaminated in advance by their assimilation to glossy advertising images – has been stripped away to reveal the deathly black-and-white substratum of the photographic negative (...)”⁸⁴⁷. Ein Thema seiner Publikation ist nicht zuletzt auch jenes der Verdoppelung bzw. des Doppelgängers, das Bailey schon mit seiner Arbeit zum *media image* Bob Dylans aufgenommen hat und die auch Antonioni mit *Professione: Reporter* (1975) fasziniert hat. Wie Seymour Chatman bemerkt, arbeitete Antonioni in der Tradition eines E.T.A Hoffmann, Edgar Allan Poe, Oscar Wilde und Guy de Maupassant (man könnte hier noch Heinrich Heines Gedicht „Der Doppelgänger“ dazufügen, das auch von Schubert vertont wurde), die das Doppelgängermotiv mit einem schicksalhaften Todesmoment verknüpfen.⁸⁴⁸ Auch Bailey setzt dies fort: Schon das erste Foto von *If we Shadows...* verweist auch direkt auf das Doppelgängerthema. Bailey rückt den Grabstein

⁸⁴⁴ Vgl. ebda., S.188

⁸⁴⁵ Vgl. David Bailey, *Und geschaut in Nachtgesichten*, München/Paris/London 1992

⁸⁴⁶ David Bailey im Gespräch mit Nicholas Wroe, *King of Prints*, in: *The Guardian*, 10. Februar 2001, http://www.guardian.co.uk/saturday_review/story/0,3605,435909,00.html

⁸⁴⁷ Jameson, *Postmodernism*, 9

⁸⁴⁸ Chatman, *Antonioni, or the Surface of the World*, 185

eines anderen, namensgleichen David Bailey ins Bild. Gleich Antonioni verweist er auch auf die Reproduktionsmedien, die Doppelgänger in Serie produzieren. Das oben schon erwähnte Porträt Godards ist nicht zuletzt ein Doppelporträt des Filmemachers, zu dessen fotografischem Abbild eine Verdoppelung auf einem Bildschirm addiert wird, die durch das Medium Video erzeugt wurde.

If we shadows setzt schließlich Baileys Selbstkritik bzw. Kritik der Bilderproduktion, die sich in den 1960er Jahren formierte, fort, eine Gratwanderung zwischen Kritik und Affirmation, oder wie es Wyss zur europäischen, d.h. der britischen Pop Art formuliert: „Kritik durch Affirmation“.⁸⁴⁹ Doch auch Jameson bemerkt in anbetracht Warhols Arbeiten, dass diese – in dem sie die Phänomene des Warenfetischismus ins Bild setzen - eigentlich „powerful and critical political statements“ sein sollten, es allerdings nicht sind.⁸⁵⁰ Niemand geringerer als Duchamp erkannte schon in der Pop Art das Fehlen eines avantgardistischen, tatsächlich rebellischen Moments, was diesen Neo-Dada in ihrer nun grundlegend von der Arbeit der Dadaisten unterschied.⁸⁵¹ Der Kulturproduktion scheint nun jeglicher Avantgardistischer Impuls abhanden gekommen zu sein: “With the Pop artists equating High Culture with Low, kitsch with the avant-garde, the old garde could no longer be avant anything: rather it could reflect and play back mass culture on a different, aesthetic level“, so Charles Jencks.⁸⁵² Was folgte war eine Post-Avantgarde, die nicht in der “vordersten Linie kämpft”, sondern nach der Schlacht das Feld betritt um auf das übrig geblieben einzusammeln oder wie Jencks es beschreibt – „to mop up.“⁸⁵³ Vertreter dieser Post-Avantgarde wie Bailey halfen als Schnittstellen mit, die Techniken und Phänomene der Avantgarde in die ästhetische Produktion der Warenökonomie zu integrieren und die Kultur außerhalb der „commercial culture“ zu absorbieren – „aesthetic innovation and experimentation“.⁸⁵⁴

Da sie Bildermaterial aus den verschiedensten Quellen unhierarchisch absorbieren und sie der Masse zugänglich machen, sind die Massenmedien „demokratisch“. Sie bewirken so allerdings auch, dass „die Rolle des spezialisierten Produzenten oder *auteur*“ geschwächt wird, wie Sontag bemerkt.⁸⁵⁵ Mit der Assimilierung der ästhetischen Produktion durch die Warenproduktion⁸⁵⁶ wird die Position und Autorität des Künstlers in dem Netzwerk drastisch eingeschränkt, da die Medien in denen er arbeitet „Verfahren benutzen, die auf Zufall (...)“

⁸⁴⁹ Wyss, 35

⁸⁵⁰ Vgl. Jameson, Postmodernism, 9

⁸⁵¹ Vgl. Wyss, 33

⁸⁵² Charles Jencks, The Post-Avant-Garde, in: Charles Jencks (Hrsg.), The Post-Modern Reader, London/ New York 1992, S.219

⁸⁵³ Jencks, 224

⁸⁵⁴ Vgl. Jameson, Postmodernism., 4

⁸⁵⁵ Vgl. Sontag, Über Fotografie, 145

⁸⁵⁶ Vgl. Jameson, Postmodernism, 4

oder auf mechanischen Methoden, die jedermann erlernen kann“ basieren. Er nimmt an „gemeinschaftlichen oder kollektiven Bemühungen“ Teil⁸⁵⁷, d.h. er findet sich als Teil eines Produktionsprozesses innerhalb der massenmedialen Kulturproduktion wieder.

Der Kulturproduzent sieht sich so nun als Teil des „Fine Art-Popular Art Continuums“ (Alloway) bzw. der „image production industry“ (Harvey) einer äußerst hohen Zahl von Mitproduzenten gegenüber, was seine Chancen und seine Sicherheit beträchtlich einschränkt.⁸⁵⁸ Schließlich bemerkt auch Bailey - dem es in der Übergangsperiode um 1960 gelungen war aufzusteigen - es heute sogar für ein Talent wie Hogarth schwierig wäre, in den Hierarchien des Kontinuums der „image production industry“ aufzusteigen: „(...) I got lucky – I came along at the right time. If Hogarth came along now, who'd care?“⁸⁵⁹ Dies ist eine mögliche Erklärung dafür, dass sich Kubricks schriftstellerische Ambitionen hegende Protagonist Jack Torrance in *The Shining* der sich in einer Zeit der postmodernen Periode der Klassenlosigkeit (wie sie in *David Bailey's box of pin-ups* beschworen wird) über Wasser zu halten versucht, nach einer vergangenen Periode, den 20er Jahren, und ihrer verschwundenen sozialen Hierarchie sehnt⁸⁶⁰ - diese Periode des *high modernism*, in der er das Ideal einer autonomen künstlerischen Arbeit zu verwirklichen glaubt, imaginiert er nicht zuletzt mit Fotografien.

Aber selbst Künstler die in den 1960er Jahren viel zum Verwischen der Grenzen zwischen von Hoch- und Popkultur und damit zur „image production industry“ beitrugen und es gelungen ist mehr oder weniger abseits des Kontinuums eine Nische zu finden, bekunden eine Desillusionierung angesichts der Möglichkeiten, die sich bei der Arbeit für die Werbe- und Bilderindustrie auftun. Chris Marker, der sich seit 1950er Jahren für Popkultur brennend interessiert hatte, gibt zu, dass die Arbeit für die Massenmedien und besonders der Werbung, die in den frühen 1960er Jahren noch vollkommen legitim und innovativ war, nunmehr für einen Künstler wenig erstrebenswert geworden ist...

I must say the worst: I'm allergic to commercials. In the early Sixties, making commercials was perfectly acceptable; now, it's something that no one will own up to. (...) This manner of placing the mechanism of the lie in the service of praise has always irritated me, even if I have to admit that this diabolical patron has occasionally given us some of the most beautiful images you can see on small screen (...). But cynics always betray themselves, and there is a

⁸⁵⁷ Sontag, Über Fotografie, 145

⁸⁵⁸ Vgl. Harvey, 290

⁸⁵⁹ Bailey im Gespräch mit Denes

⁸⁶⁰ Vgl. Jameson, Historicism in *The Shining*

small consolation in the industry's own terminology: they stop short of calling themselves 'creators', so they call themselves 'creatives'.⁸⁶¹

Selbst Bailey, dessen Werbearbeiten einen wichtigen Teil seiner Arbeit darstellen, zeigt sich wie Marker desillusioniert und malt die Arbeit in der „image production industry“ – anders als in den frühen 1960er Jahren - als äußerst beengend und reglementiert, nicht zuletzt auf Grund der weiteren Virulenz der *depthlessness* und Verflachung durch digitale Techniken:

You've got 24 university-educated fools round the table. (...) They follow you around. In that great scene when Fellini walks into the sea, all those corporate people would walk in with him. I won't do advertising if they bring a layout and say, this is what we want to do, because anybody can do that - it's not interesting. They've got digital and the computer, it's not taking pictures, it's not magic, it's a picture done by committee.⁸⁶²

Aber nicht alleine Künstler, die in den frühen 1960er Jahren zu der Assimilierung der Hochkultur in der Massenkultur und zur Entstehung des Allowayschen *Fine Art-Popular Continuums* beigetragen haben zeigen sich ablehnend gegenüber den Entwicklungen die dieses *network* durchgemacht hat. Für Künstler wie die Schottin Lucy McKenzie produziert das Kontinuum, für das Künstler wie Bailey noch viel Hoffnungen hegten, nur mehr selbstgefällige Arbeiten die kaum mehr einen verführerischen, rebellischen, innovativen Sog entwickeln, wie dies noch um 1960 der Fall gewesen war.

McKenzie zieht als anschauliches Beispiel ein Porträt der Filmemacherin Sofia Coppola heran, das die Bildenden Künstlerin Elizabeth Peyton in Aquarell erarbeitet hat; die Arbeit Peytons, im sicheren Netzwerk des New Yorker Fine-Art-Popular Art Continuum entstanden, muß schließlich als Parfumwerbung erhalten: “PEYTON'S COPPOLA Ads for Marc Jacobs's perfume Marc feature a painting by Elizabeth Peyton of Sofia Coppola. No three-way collaboration could illustrate and consolidate the New York "quality intelligent alternative" more succinctly. (...) This reminds us that the enemy is not merely conservatism but complacency, which includes collusion in production that has no interest in disrupting predominant conditions and merely reverts to type.”⁸⁶³

⁸⁶¹ Chris Marker im Gespräch mit Samuel Douhaire und Annick Rivoire, Marker Direct in: Libération, 5. März 2003, Englische Fassung in: Film Comment, Mai/Juni 2003, <http://www.filmlinc.com/fcm/5-6-2003/markerint.htm>

⁸⁶² Bailey im Gespräch mit Rawlinson

⁸⁶³ Lucy McKenzie, Top Ten, in: Artforum International, Juni 2004, 96ff.



Abb. 47. Elizabeth Peyton, Sofia, 2003

Die frühen 1960er Jahre stellen so eine kurze Zeit der Öffnung für aus dem *high modernism* entlehnten Techniken dar; Künstler wie Bailey schufen die Schnittstellen zwischen der *high art* und der Massenkultur und trugen so dazu bei, die ästhetische Produktion in die Warenökonomie zu integrieren, in der allerdings heute – trotz neuer Medien - kaum mehr Platz für ästhetische Innovationen und Umbrüche zu sein scheint. Künstler wie Bailey haben schließlich selbst schon früh – 1967 – die voll entwickelte britische *image production* nach 1966 als simplifizierend und glatt, als „superficial“ erkannt, und machten aller Assimilierungen rebellischer Momente durch die Warenökonomie zum trotz den Versuch Kritik von innen zu üben, so ambivalent dies auch sein mag. Schließlich zeigt auch die Arbeit Peytons, wie eng die kreativen Grenzen der zeitgenössischen Bilderproduktion der „image production industry“ gesteckt sein können – obwohl es in einem Kontinuum produziert wurde, in dem jeder Künstler mit einem anderen kollaborieren kann, und alle Möglichkeiten offen scheinen.

3. Anhang

3.1 Abbildungen

Abb.1: Eduardo Paolozzi, I was a Rich Man's Plaything, c. 1947, Tate Gallery London, *On the First Pop Age*, New Left Review 19, January-February 2003, <http://www.newleftreview.net/NLR25306> (Zugriff: 17/12/2003)

Abb.2. Parallel of Life and Art, Institute of Contemporary Arts, London 1953, Anne Massey, *The Independent Group. Modernism and mass culture in Britain 1945-59*, Manchester and New York, 1995, S. 58

Abb.3. Richard Hamilton, Die Installation der Group Two im Rahmen von This is Tomorrow, Chris Stephens and Katharine Stout (Hrsg.), *Art and the 60s. This was Tomorrow*, London and New York, 2004, S.10

Abb.4. Richard Hamilton, Hers is a lush situation, 1958, *On the First Pop Age*, New Left Review 19, January-February 2003, <http://www.newleftreview.net/NLR25306> (Zugriff: 17/12/2003)

Abb.5. Jean Shrimpton, Sunday Times Colour Section, 2 February 1962, Harrison, 49

Abb.6. David Bailey, Still Life composition, 1959, Harrison, 27

Abb. 7. Jean-Luc Godard, A bout de souffle, 1959, Still

Abb.8. David Bailey, Jean Shrimpton, 'New York: Young Idea Goes West', *Vogue*, April 1962 (unpublished), Harrison, 45

Abb.9. David Bailey, Jean Shrimpton, 'New York: Young Idea Goes West', *Vogue*, April 1962, Harrison, 47

Abb.10. Seite aus 'New York: Young Idea Goes West', *Vogue*, April 1962, Harrison, 48

Abb.11. Jean-Luc Godard, *Charlotte et Veronique, ou Tous les garçons s'appellent Patrick* (1957), Still

Abb.12. Jean-Luc Godard, *Charlotte et Veronique, ou Tous les garçons s'appellent Patrick* (1957), Still

Abb.13. Jean-Luc Godard, *Charlotte et Veronique, ou Tous les garçons s'appellent Patrick* (1957), Still

Abb.14. Jean-Luc Godard, *A bout de souffle* (1959), Still

Abb.15. Picasso, *Portrait Dora Maar*. Paris, 1.Oktober 1937, Paris, Musée Picasso, Ingo F. Walther (Hrsg.), Carsten-Peter Warncke, Pablo Picasso. Köln 1997, S.405

Abb.16. Bailey, Rosemary Bramble. 1959 , Harrison, 32

Abb.17. Irving Penn, Pablo Picasso, *La Californie*, Cannes 1957, Ingo F. Walther (Hrsg.), Carsten-Peter Warncke, Pablo Picasso. Köln 1997, Schutzumschlag

Abb.18. Pablo Picasso, *Le Poète, Sorges-sur-Ouvère*, Sommer bis Herbst 1912, Kunstmuseum Basel, Ingo F. Walther (Hrsg.), Carsten-Peter Warncke, Pablo Picasso. Köln 1997, S.200

Abb.19. David Bailey, Oliver Reed, *Vogue*, Januar 1965, Harrison, S.120

Abb.20. David Bailey, Mick Jagger, März 1964, Harrison, S.170

Abb.21. David Bailey, The Rolling Stones, September 1964, Harrison, S.166

Abb.22. David Bailey, Jean Shrimpton, November 1963, Harrison, S.100

Abb.23. David Bailey, Jean-Luc Godard, *Vogue*, 1.September 1965, Harrison, 187

Abb.24. David Bailey, Eddie Constantine, *Vogue*, 1.September 1965, Harrison, 186

Abb.25. David Bailey, Anna Karina, Vogue, 1.September 1965, Harrison, 186

Abb.26. David Bailey, Marianne Faithfull, September 1964, Harrison, 113

Abb.27. Ingmar Bergman, Det Sjunde Inseglet (1957), Still.

Abb.28. Anna Karina und Jean-Luc Godard, Glamour, April 1965, Harrison, 146

Abb.29. Ingmar Bergman, Det Sjunde Inseglet (1957), Still.

Abb.30. David Bailey, Roman Polanski, Holy Island, Vogue, Dezember 1965, ????

Abb.31. David Bailey, Vogue, Juli 1967. Harrison, 185

Abb.32. David Bailey, Jean-Luc Godard, 1980er Jahre. David Bailey, Und geschaut in Nachtgesichten (If we shadows), München/Paris/London 1992, S.62

Abb.33. Jean-Luc Godard, A bout de soufflé, 1959, Still.

Abb.34. Jean-Luc Godard, A bout de soufflé, 1959, Still.

Abb.35. Alain Resnais, L'Année dernière à Marienbad, 1962, Still

Abb.36. David Bailey, London, East End, April 1962. Harrison, 66

Abb.37. Michelangelo Antonioni, Blow-Up, 1966, Still

Abb.38. Michelangelo Antonioni, Blow-Up, 1966, Still

Abb.39. Michelangelo Antonioni, Blow-Up, 1966, Still

Abb.40. Terry O'Neill, Bailey photographing Moyra Swan, Vogue Studio 3, 1965, Harrison, 10

Abb.41. Jean-Luc Godard, A bout de soufflé, 1959, Still.

Abb.42 Michelangelo Antonioni, Blow-Up, 1966, Still

Abb.43 Michelangelo Antonioni, Blow-Up, 1966, Still

Abb.44 Michelangelo Antonioni, Blow-Up, 1966, Still

Abb.45 Michelangelo Antonioni, Blow-Up, 1966, Still

Abb.46 David Bailey, Vogue, Juli 1967. Harrison, 185

Abb.47 Todd Haynes, I'm not there, 2007, Still, Daily Telegraph, 5.9. 2007,
<http://www.telegraph.co.uk/arts/main.jhtml?xml=/arts/2007/09/05/bfthere105.xml> (Zugriff:
06/09/2007)

Abb.48. Michelangelo Antonioni, Professione: Reporter, 1975, Still

Abb.49 Stanley Kubrick, The Shining, 1979, Still

Abb. 50 Elizabeth Peyton, Sofia, 2003, Lucy McKenzie, Top Ten, in: Artforum International,
Juni 2004, 96ff.

3.2 Literatur

Peter-André Alt, Franz Kafka: Der ewige Sohn. Eine Biographie, München 2005

Woody Allen, Stig Björkman (Hrsg.), Woody Allen on Woody Allen, New York 1994

Lawrence Alloway, Pop since 1949, Artforum October 2004,

<http://www.artforum.com/inprint/id=7607> Zugriff: 12/ 2005

Antoine de Baecque, Serge Toubiana, Robert Fischer (Hrsg.), Francois Truffaut. Biographie, Köln 1999

Stuart Bailey, The Gesamtwerker, in: Tate Etc., Issue 6/ Spring 2006,

<http://www.tate.org.uk/tateetc/issue6/gesamtwerker.htm> Zugriff: 07/ 2006

Balthus, Antoinette de Watteville, Stanislas und Taddheus Klossowski (Hrsg.), Liebesbriefe 1928-1937, Bern/ Berlin 2005

Jack Bankowsky etc., Pop After Pop. A roundtable, Artforum, Oktober 2004,

<http://www.artforum.com/inprint/id=7664> Zugriff: 12/ 2005

Lynn Barber, „Di wasn’t a great beauty“, in: The Observer, 20. November 2005,

<http://www.guardian.co.uk/print/0,3858,5336933-110428,00.html> Zugriff: 11/ 2005

Roland Barthes, Mythen des Alltags, Frankfurt am Main 1964

Roland Barthes, Die helle Kammer. Bemerkung zur Photographie, Frankfurt am Main 1985

Roland Barthes, Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Kritische Essays III, Frankfurt am Main 1993

Roland Barthes, Die Körnung der Stimme. Interviews 1962-1980, Frankfurt am Main 2002

André Bazin, Robert Fischer (Hrsg.), Was ist Film?, Berlin 2004

Walter Benjamin, Medienästhetische Schriften, Frankfurt am Main 2002

Deirdre Blair, Samuel Beckett. Eine Biographie, Hamburg, 1991

Peter Bowles, „Trust me. I am not God, but I am Antonioni“, in The Guardian, 24. Juni 2005, <http://film.guardian.co.uk/features/featurepages/0,4120,1513931,00.html> Zugriff: 06/ 2005

Rob Bowman (Hrsg.), Open City. Street Photographs since 1950, Oxford/ Ostfildern-Ruit, 2001

Seymour Chatman, Antonioni, or the Surface of the World. Berkeley, Los Angeles, London, 1985

Seymour Chatman, Paul Duncan (Hrsg.), Michelangelo Antonioni. Die Untersuchung, Köln 2004

Amada Cruz, Elizabeth A.T. Smith (Hrsg.), Cindy Sherman. Retrospective, New York, London 1997

Pierre Daix, Picasso, New York/ Washington 1965

Stephen Davis, Die Stones, Hamburg 2002

Jeff Dawson, So this fat little bloke from the East End is directing a film. Who does he think he is?, in: The Guardian, February 26, 1999, http://www.guardian.co.uk/friday_review/story/0,3605,313353,00.html Zugriff: 02/ 2002

Gilles Deleuze. Das Bewegungs-Bild. Kino 1, Frankfurt am Main 1989

Gilles Deleuze, Das Zeit-Bild. Kino 2, Frankfurt am Main 1991

Gilles Deleuze, David Lapoujade (Hrsg.), Die einsame Insel. Texte und Gespräche von 1953 bis 1974, Frankfurt am Main 2003

Melissa Denes, In the raw, The Guardian, September 17, 2005,
<http://www.guardian.co.uk/arts/features/story/0,11710,1572028,00.html> Zugriff: 09/ 2005

Samuel Douhaire und Annick Rivoire, Marker Direct in: Libération, 5. März 2003, Englische Fassung in: Film Comment, Mai/Juni 2003, <http://www.filmlinc.com/fcm/5-6-2003/markerint.htm> Zugriff: 09/ 2006

F.X. Feeney/ Paul Duncan (Hrsg.), Roman Polanski, Köln 2005

Lothar Fischer, Max Ernst, Reinbeck bei Hamburg 1969

Vilém Flusser, Die Revolution der Bilder. Der Flusser-Reader zu Kommunikation, Medien und Design, Mannheim, 1995

Vilém Flusser, Klaus Sander (Hrsg.), Zwiegespräche. Interviews 1967-1991, Göttingen 1996

Vilém Flusser, Stefan Bollmann (Hrsg.), Medienkultur, Frankfurt am Main 1997

Hal Foster (Hrsg.), The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture, Seattle und Washington 1983

Hal Foster, On the First Pop Age, New Left Review 19, January-February 2003,
<http://www.newleftreview.net/NLR25306> Zugriff: 12/ 2003

Hal Foster, Image Building, Artforum October 2004,
<http://www.artforum.com/inprint/id=7661> Zugriff: 13/ 10/ 2004

Bettina Funcke, Pop oder Populus: Künstlerische Praxis zwischen Hoch- und Massenkultut, Karlsruhe, Staatliche Hochschule für Gestaltung, Diss., 2004

Charles Gandee, Legends Online - David Bailey Interview,
<http://www.kodak.com/global/en/professional/features/legendsV5Q1/interview01.jhtml>
Zugriff: 05/ 2002

Ingrid Gilcher-Holtey, Die 68er Bewegung. Deutschland-Westeuropa-USA, München 2001

Karl-Peter Gottschalk, David Bailey: The British is Here!,
<http://easyweb.easynet.co.uk/~karlpeter/zeugma/inters/inter0.htm> Zugriff: 05/ 2002

Walter Grasskamp, Michaela Krützen und Stephan Schmitt (Hrsg.), *Was ist Pop? Zehn Versuche*, Frankfurt am Main, 2004

Walter Grasskamp, Das Cover von Sgt. Pepper. Eine Momentaufnahme der Popkultur, Berlin 2004

John G. Hanhardt. Chance in a Lifetime. On Nam June Paik, Artforum, April 2006,
<http://www.artforum.com/inprint/id=10623> Zugriff: 04/ 2006

Charles Harrison, Paul Wood, Sebastian Zeidler (Hrsg.), *Kunsttheorie im 20. Jahrhundert*, Band II, Stuttgart 1998

Martin Harrison, David Bailey: *Birth of the Cool. 1957-1969*, New York, 1999

David Harvey, *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Malden, MA, USA, Oxford, Melbourne und Berlin 1990

Susan Hayward, *French National Cinema*, London und New York 1993

Jürgen Jacob, *Die Entwicklung der Pop Art in England. Von ihren Anfängen bis 1957. Das Fine-Popular Art Coninuum*, Frankfurt am Main 1986

Fredric Jameson, *Historicism in The Shining*, <http://www.visual-memory.co.uk/amk/doc/0098.html> Zugriff: 05/ 2006

Fredric Jameson, *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham 1991

Fredric Jameson, *The Cultural Turn. Selected Writings on the Postmodern 1983-1998*, London/ New York 1998

Fredric Jameson, Verdinglichung und Utopie in der Massenkultur, in: Ludwig Nagl (Hrsg.), Filmästhetik, Wien 1999

Fredric Jameson, Mythen der Moderne, Berlin 2004

Fredric Jameson, Archaeologies of the Future: The Desire Called Utopia and Other Science Fictions. New York 2007

Fredric Jameson, Kathrin Bergenthal, Im Gespräch. Immer engere Räume,
<http://www.freitag.de/2001/10/01101301.htm> Zugriff: 04/ 2006

Peter W. Jansen, Wolfram Schütte (Hrsg.), Michelangelo Antonioni, München/ Wien, 1984

Peter W. Jansen/ Wolfram Schütte (Hrsg.), Alain Resnais, München/ Wien 1990

Maria Jelenko-Benedikt, Wiener Secession (Hrsg.), Pierre Klossowski. Anima, Frankfurt am Main 1995

Charles Jencks (Hrsg.), The Post-Modern Reader, London/ New York 1992

William Klein, Paris + Klein, Paris/Heidelberg/Rom 2002

Pierre Klossowski, Gilles Deleuze, Michel Foucault u.a., Sprachen des Körpers. Marginalien zum Werk von Pierre Klossowski, Berlin 1979

Pierre Klossowski, Die Gesetze der Gastfreundschaft, Berlin 2002

Rosalind E. Krauss, Herta Wolf (Hrsg.), Die Originalität der Avantgarde und andere Mythen der Moderne, Amsterdam/ Dresden 2000

Andreas Kreul (Hrsg.), Richard Hamilton. Subject to an impression, Bremen 1998

Harvey Kubernick, The Backpages Interview: Andrew Loog Oldham, in: Rock's Backpages, Januar 2001, <http://www.andrewloogoldham.com/rocksbpgs.html> Zugriff: 02/ 10/ 2006

Claude Levi-Strauss, *Sehen, Hören, Lesen*, Frankfurt am Main 2004

Lucy R. Lippard (Hrsg.), *Pop Art*, London, 1966/1967 und 1970

Marco Livingstone, David Hockney, London und New York, 1981/1987/1996

Veit Loers (Hrsg.), *László Moholy-Nagy*, Kassel 1991

Catherine Lupton, Chris Marker. *Memories of the Future*, London 2005

Colin MacCabe, Mark Francis, Peter Wollen (Hrsg.), *Who is Andy Warhol?*, London 1997

Colin MacCabe, Godard. *Portrait of the Artist at Seventy*, London und New York 2003

Steven Henry Madoff (Hrsg.), *Pop Art. A Critical History*, Berkeley Los Angeles, London, 1997

André Malraux, *Psychologie der Kunst. Das Imaginäre Museum*, Genf/ Baden-Baden, 1947 und 1949

Anne Massey, *The Independent Group. Modernism and mass culture in Britain 1945-59*, Manchester and New York, 1995

Lucy McKenzie, *Top Ten*, in: *Artforum International*, Juni 2004, 96ff.

Marshall McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man*, Abingdon/ New York, 1964/ 2001

Robin Miur, *Two take Manhattan*, in: *The Guardian*, 17 März 2007,
<http://arts.guardian.co.uk/art/photography/story/0,,2034746,00.html> Zugriff: 05/ 2007

Hans Ulrich Obrist im Gespräch mit Richard Hamilton, *Pop Daddy*, Tate Magazine Issue 4, March/ April 2003, <http://www.tate.org.uk/magazine/issue4/popdaddy.htm> Zugriff: 10/ 2005

Antony Penrose, Roland Penrose. *The Friendly Surrealist*, München/London/New York, 2001

Hanno Rautenberg, „Ich habe meinen Himmel“. Ein Gespräch mit Robert Rauschenberg, Die Zeit, 3/2006

Linnie Rawlinson, Q&A: David Bailey Interview, November 3, 2006
<http://edition.cnn.com/2006/TRAVEL/11/02/london.qa/index.html> Zugriff: 05/ 2007

Mike Reynolds, Ridley Scott: From Blade Runner to Blade Stunner, DGA Monthly, Juli 2000, http://www.dga.org/news/v25_2/feat_gladiator.php3 Zugriff: 10/ 2006

David Robbins (Hrsg.), The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty, Cambridge, Massachusetts and London, 1990

Deborah Ross, He shoots, he scores: The Deborah Ross Interview – David Bailey, in: The Independent, 14. Januar 2002,
http://www.findarticles.com/p/articles/mi_qn4158/is_20020114/ai_n9673935 Zugriff: 11/ 2006

Charles Thomas Samuels, Michelangelo Antonioni Interview, 29. Juli 1969,
http://www.zakka.dk/euroscreenwriters/interviews/michelangelo_antonioni_02.htm Zugriff: 05/ 2007

Uwe M. Schneede, Paolozzi, Stuttgart, 1970

Georg Simmel, Das Individuum und die Freiheit. Essays, Frankfurt am Main 1993

Agnes Sire und Delphine Desveaux, Magnum Photos: 1968. Ein Jahr, das die Welt bewegt, Heidelberg 1998

Peter W. Jansen/ Wolfram Schütte (Hrsg.), Alain Resnais, München/ Wien 1990

Jean-Paul Sartre, Was ist Literatur?, Reinbeck bei Hamburg 1981

Susan Sontag, Über Fotografie, Frankfurt am Main 1980

Susan Sontag, The Decay of Cinema, in: The New York Times, 3.12. 2000,
<http://partners.nytimes.com/books/00/03/12/specials/sontag-cinema.html> Zugriff 09/ 2006

Robin Spencer (Ed.), Eduardo Paolozzi. Writings and Interviews, Oxford/New York, 2000

Werner Spies, Max Ernst – Die Rückkehr der Schönen Gärtnerin, Köln 1971/ Überarbeitete
Neuausgabe 2000

Werner Spies (Hrsg.), Max Ernst, Retrospektive zum 100. Geburtstag, München 1991

Raimund Stecker (Hrsg.), Bridget Riley. Selected Paintings 1961-1999, Hatje Cantz,
Düsseldorf 2000

Chris Stephens and Katharine Stout (Hrsg.), Art and the 60s. This was Tomorrow, London
and New York, 2004

David Sterritt (Hrsg.), Jean-Luc Godard. Interviews, Jackson, MS, USA, 1998

Francois Truffaut, Robert Fischer (Hrsg.), Die Lust am Sehen, Frankfurt am Main, 1999

Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour, Lernen von Las Vegas. Zur
Ikonographie und Architektursymbolik der Geschäftsstadt, Braunschweig 1979

Brian Wallis (Hrsg.), Art After Modernism, Rethinking Representation. New York/ Boston,
1984

Ingo F. Walther (Hrsg.), Carsten-Peter Warncke, Pablo Picasso. Köln 1997

Andy Warhol und Pat Hackett, POPism. The Warhol Sixties, Orlando, Austin, New York,
San Diego, Toronto, London 1980

Nigel Whiteley, Introduction to Lawrence Alloway's Pop since 1949, Artforum October
2004, <http://www.artforum.com/inprint/id=7607> Zugriff: 10/ 2005

Michael Witt, The Godard Interview: I, A Man of The Image, in: Sight and Sound, Juni 2005,
<http://www.bfi.org.uk/sightandsound/feature/313/> Zugriff: 06/ 2005

Bernd Witte, Walter Benjamin, Reinbeck bei Hamburg, 1985

Herta Wolf (Hrsg.), Paradigma Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters,
Frankfurt am Main 2002

Nicholas Wroe, King of Prints, in: The Guardian, 10. Februar 2001,
http://www.guardian.co.uk/saturday_review/story/0,3605,435909,00.html Zugriff: 02/ 2002

3.3 Abstract

Diese Arbeit unternimmt den Versuch, die Transformation einer europäischen Nachkriegskultur in eine Massenkultur und der Formation eines Netzwerks, eines *Fine Art-Popular Art Continuum* (Lawrence Alloway), an deren Kreation Künstlern und Kreativen maßgeblich beteiligt waren, nachzuzeichnen. Schlüsselfigur ist hier der Fotograf David Bailey (geb. 1938 in London) mit seiner Grenzen überschreitende Arbeit für Massenmagazine wie Vogue und für Plattencover. Bailey repräsentiert einen Künstler als Schnittstelle zwischen der *high (modernist) art* und der aus den USA nach Europa importierten *popular culture*, und den verschiedensten Medien wie Malerei, Mode, Film und Fotografie. Mit seinen Kontakten zu anderen Künstlern aus dem Kontinuum, wie zu dem Musiker Mick Jagger oder dem Filmemacher Roman Polanski und der resultierenden Zusammenarbeit hat Bailey zu diesem Kontinuum maßgeblich beigetragen.

Der Independent Group, einem britischem Künstlerkollektiv, ist ein erster Teil gewidmet, der auch den Kontext für die im zweiten Teil der Arbeit beleuchteten Fotoserien, die Bailey in den 1960er Jahren erarbeitete, bereitet. Diese Gruppe von Londoner Künstlern und Theoretikern (Eduardo Paolozzi, Richard Hamilton, Lawrence Alloway und Reynier Banham etc.) hat mit ihrer bahnbrechenden Arbeit in der erste Hälfte der 1950er Jahre diese Entwicklungen anizipiert, nicht zuletzt mit ihrer Arbeit innerhalb der Produktion der Massenkultur. Diese Arbeit hat ihre Faszination für und Tätigkeit im Kontext der *high (modernist) art* keineswegs gemindert, sondern sie vielmehr neue Entwicklungsmöglichkeiten für die künstlerische Produktion erkennen lassen. Die Mitglieder der Gruppe, die wie der etwas jüngere David Bailey aus der *working class* kamen, ließen sich von ihrer kommerziellen Arbeit dazu inspirieren, in ihren Projekten (Ausstellungen wie *Parallel of Life and Art*, 1953 und *This Is Tomorrow*, 1956) die kulturelle Revolution die von der massenmediale Bilderflut getragen wurde in Bild zu setzen, ihren Phänomenen nachzuspüren und diese „Sinn- und Blickverwirrende“ (Max Ernst) Flut zu evozieren. Die Independent Group und auch andere in Paris arbeitende Künstler die hier Erwähnung finden (Chris Marker, Alain Resnais, Pierre Klossowski und Jean-Luc Godard), fokkusierten auf Phänomene der von der „image production industry“ erzeugten Bilder: die Allgegenwart von Simulakren (Kopien ohne Original) und die Auflösung linearer Narrative zu Gunsten von Bildkonfigurationen. Sie nahmen Baileys kommerzielle Arbeiten der Mitte der 1960er Jahre und ihre Themen schon im Ansatz vorweg, Arbeiten in der nicht zuletzt schon eine frühe Kritik an der Bildproduktion erkennbar ist.

Diese Zerissenheit der Baileyschen Künstlerexistenz weckte auch schon bald das Interesse des Filmemachers Michelangelo Antonioni, der in seiner enigmatischen Arbeit *Blow Up* (GB/I, 1966) auf die Phänomene der Fotografie und den Künstler zwischen seiner extrovertierten Arbeit für Modemagazine und seinen introvertierten, intuitiven Untersuchungen (die mehr unter dem Vorzeichen der Romantik oder des *high modernism* steht) porträtierte (Bailey wurde nicht zuletzt zunächst als Hauptdarsteller in Betracht gezogen). Antonionis Arbeit verwies schließlich auch auf den *Postmodernism* als die kulturelle Logik einer reineren Form des Kapitalismus, des Spätkapitalismus und als „historische Periodisierung“ bzw. „kulturelle Dominante“ (Fredric Jameson), in der ältere Stile als „bricolage“ zusammengefügt werden und parallel dazu das hochmodernistische Künstlerideal marginalisiert wird.

This text seeks to focus on lines of the trans- and reformation of an European post war culture into a fully developed mass culture, and to reconstruct the formation of a network or *Fine Art-Popular Art Continuum* (Lawrence Alloway), of which visual artists were an integral part of. A key figure in this development was the photographer David Bailey who contributed to the affacement of the frontiers between popular and high (modernist) art. With his work for mass magazines such as *Vogue* and for record covers he created connections between high (modernist) art and a popular culture imported to Europe from the USA, and between varied media such as painting, fashion, film and photography. As a collaborator with other artists (with the musician Mick Jagger and the filmmaker Roman Polanski) Bailey contributed to a continuum of varied creative discourses.

With a survey of the work of a collective of British artists - the Independent Group, which set the direction for the work of artists such as David Bailey - the first part sets the context for the photographic series which the photographer created in the 1960s. This group of artists and art historians (which was based in London and included figures such as Eduardo Paolozzi, Richard Hamilton, Lawrence Alloway and Reynier Banham) often worked in the commercial culture industry as well as in a high modernist context. Consequently this led them to anticipate possible developments, and in turn they derived their inspiration from their experiences in the commercial “image production industry” (David Harvey). This resulted in pioneering projects and exhibitions such as *Parallel of Life and Art* (1953) and *This Is Tomorrow* (1956) evoked the visual abundance which is an integral part of the ongoing Cultural Revolution which commenced in around 1960. Apart from the Independent Group other contemporary artists at the same time working in Paris (Chris Marker, Alain Resnais,

Pierre Klossowski und Jean-Luc Godard) focused on phenomena which occur within the image culture created by the “image production industry”. The most important features of the new image culture are simulacra (pictures without an original solitary source) and the turn from traditional narratives to visual configurations, features which also surfaced in the work of Bailey in the mid-1960s and were ment as a critique on the contemporary image production of which Bailey was an important contributor of.

No other than the filmmaker Michelangelo Antonioni showed interest in the existencial ambivalence of a contemporary artist like Bailey, who in an early production stage even was considered as leading actor. Antonioni’s film *Blow Up* (GB/I, 1966) focused on the phenomena of photography and the artist’s torn identity: the more extroverted work for fashion magazines and the somewhat introverted investigations which are more retrospective of the artistical ideals of the high modernist period or even a Romantic period. In the end Antonioni’s film can be interpreted as an anticipation of Postmodernism as a “Cultural Logic” of a new, purer form of capitalism, namely “Late Capitalism”, a „historical periodization“, or „cultural dominant “ (Fredric Jameson) in which older styles are combined in a patchwork (bricolage) and high modernist ideals of the artist as a sole creator are marginalized.

3.4 Lebenslauf des Verfassers

Geboren in Wien, am 14. 09. 1977.

1984-1988 Volksschule Wien 23

1988-1996 Bundesrealgymnasium Wien 10 Pichelmayergasse 1

04. 1996 Matura

10. 1996 – 08. 1997 Zivildienst St. Lazarus Hilfswerk

Ab 10/ 1997 Geisteswissenschaftliche Fakultät der Universität Wien
Geschichte (Hauptfach) und Kunstgeschichte (Nebenfach)

01. 1999 Latinum

12. 10 2000 1. Diplomprüfung der 1. Studienrichtung Geschichte

WS 2000 - 2. Abschnitt der Studienrichtung Geschichte mit dem Schwerpunkt Neuere
Geschichte und Zeitgeschichte

17. 10. 2001 1. Diplomprüfung der 2. Studienrichtung Kunstgeschichte

05.– 06. 2003 Praktikum bei Sotheby's Kunstauktionen Ges.m.b.H.

09. 03. 2004 2. Diplomprüfung der 2. Studienrichtung Kunstgeschichte mit Auszeichnung
bestanden